



**PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA
KOTOR PADA PT. MAHAKA MEDIA Tbk
PERIODE 2008-2015**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

SRI WULANDARI
NIM. 12 230 0206

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2016**



**PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA
KOTOR PADA PT. MAHAKA MEDIA Tbk
PERIODE 2008-2015**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**SRI WULANDARI
NIM. 12 230 0206**



JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PADANGSIDIMPUAN

2016



**PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA
KOTOR PADA PT. MAHAKA MEDIA Tbk
PERIODE 2008-2015**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**SRI WULANDARI
NIM. 12 230 0206**

PEMBIMBING I

IKHWANUDDIN HARAHAP, M.Ag.
NIP. 19750103 200212 1 001

PEMBIMBING II

DELIMA SARI LUBIS, SEI, MA
NIP.19840512 201403 2 002

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2016

Hal : Skripsi
a. n. **SRI WULANDARI**

Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 15 September 2016

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan

Assalamualaikum Wr. Wb.

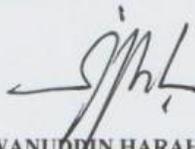
Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **SRI WULANDARI** yang berjudul: **Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor Pada PT. Mahaka Media Tbk Periode 2008-2015**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

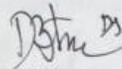
Wassalamualaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



IKHWANUDDIN HARAHAP, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

PEMBIMBING II



DELIMA SARI LUBIS, SEL.M.A
NIP.19840512 201403 2 002

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SRI WULANDARI
Nim : 12 230 0206
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor Pada PT. Mahaka Media Tbk Periode 2008-2015.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai kode etik mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 15 September 2016

Pembuat Pernyataan,



SRI WULANDARI
NIM. 12 230 0206

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SRI WULANDARI
NIM : 12 230 0206
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor Pada PT. Mahaka Media Tbk Periode 2008-20015**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 19 Oktober 2016
Yang menyatakan,



SRI WULANDARI
NIM. 12 230 0206



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 2273
Telp. (0634) Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : SRI WULANDARI
Nim : 12 230 0206
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / EKONOMI SYARIAH
JudulSkripsi : PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA KOTOR
PADA PT. MAHAKA MEDIA Tbk PERIODE 2008-2015

Ketua

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP.19740626 200312 2 001

Sekretaris

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP.19750103 200212 1 001

Anggota

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP.19740626 200312 2 001

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP.19750103 200212 1 001

Muhammad Isa, ST.,M.M
NIP.19800605 201101 1 003

Mudzakkir Khotib Siregar, M.A
NIP. 19721121 199903 1 002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Hari/ Tanggal : Rabu/ 19 Oktober 2016
Pukul : 14:00 s/d Selesai
Hasil/Nilai : 77,50 (B)
IPK : 3,25
Predikat : Amat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA
KOTOR PADA PT. MAHAKA MEDIA Tbk PERIODE
2008-2015.**

Ditulis Oleh : **SRI WULANDARI**
NIM : **12 2300206**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Padangsidimpuan, 19 Oktober 2016

Dekan,



H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : SRI WULANDARI
Nim : 12 230 0206
Judul : Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor Pada PT. Mahaka Media Tbk Periode 2008-2015
Kata Kunci : Penjualan dan Laba Kotor

Labanya yang diperoleh perusahaan terdiri dari dua macam yaitu laba kotor dan laba bersih, laba kotor merupakan laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Analisis laba kotor dilakukan dengan membandingkan data aktual dengan data yang dianggarkan. Besar kecilnya perolehan laba kotor disebabkan dua faktor yaitu faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan, besar kecilnya hasil penjualan disebabkan oleh faktor harga jual dan kuantitas atau volume penjualan. Melalui laporan keuangan yang dipublikasikan PT. Mahaka Media Tbk bahwa pada posisi penjualan dan laba kotor terjadi fluktuasi pendapatan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan terhadap laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penjualan terhadap laba kotor PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan teori penjualan yang membahas tentang jenis-jenis penjualan, tahapan-tahapan penjualan, dan teori laba kotor yang membahas mengenai analisis laba kotor, manfaat analisis laba kotor dan teori faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif analisis deskriptif, penelitian yang dilakukan berdasarkan runtun waktu (*time series*). Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder, berupa data dokumentasi atau laporan yang telah tersedia, yaitu data laporan keuangan laporan laba rugi triwulan yang dipublikasikan oleh PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015 melalui website resmi yaitu www.idx.co.id. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan komputer yaitu SPSS versi 22.

Berdasarkan pengukuran regresi, maka persamaan regresi sederhana yang terbentuk adalah $\text{Laba Kotor} = 13,852 + 0,362 \text{ penjualan} + e$. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 7,704 dan t_{tabel} sebesar 1,697 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan nilai signifikan ditunjukkan dengan nilai 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05, kemudian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan terhadap laba kotor PT. Mahaka Media Tbk. Hal tersebut ditunjukkan dengan perolehan R sebesar 0,815 dan R^2 sebesar 0,664 atau 66,4% yang artinya bahwa variasi variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 66,4%. Sedangkan sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian dan menuangkan dalam pembahasan skripsi ini. Shalawat beserta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah meninggalkan Alquran dan Sunnah sebagai pedoman bagi umatnya untuk menuntun kepada jalan yang benar dan keselamatan.

Penulisan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA KOTOR PADA PT. MAHAKA MEDIA Tbk PERIODE 2008-2015”** ini disusun untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mengalami hambatan yang disebabkan kurangnya ilmu pengetahuan peneliti tentang masalah yang dibahas, juga terbatasnya literatur yang ada pada peneliti, tetapi berkat kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya skripsi ini serta akan berakhirnya perkuliahan peneliti, maka peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dihaturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Shaleh Dalimunthe, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, S.E., M.Si Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan

Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Darwis Harahap, S.H.I., M.Si Wakil Dekan Bidang Akademika dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Rukiah, SE., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Bapak Muhammad Isa, ST., MM, sebagai Sekretaris Jurusan, serta seluruh civitas akademi IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag sebagai Pembimbing I dan Ibu Delima Sari Lubis, SEI., M.A sebagai Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Terimakasih yang tak terhingga buat dosen-dosen IAIN Padangsidimpuan khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang tak pernah lelah dan sabar memberikan ilmu, semoga bermanfaat sampai akhirat.
6. Teristimewa kepada Ayahanda Muliono dan Ibunda Wardina tercinta yang telah mengasuh, memberi dukungan dan doa yang tiada henti kepada peneliti sehingga dapat melanjutkan pendidikan hingga ke Perguruan Tinggi Agama Islam dan melaksanakan penyusunan skripsi ini. Kemudian kepada adik-adik tersayang yaitu Jaka Pranata, Joko Pranoto, Elsy Guslianita, Aldy

Legiantono yang terus-menerus memberikan motivasi dan inspirasi kepada peneliti sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

7. Teruntuk teman-teman seangkatan dan terutama ekonomi syariah 6 (AK₂) yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama dibangku perkuliahan, terimakasih banyak. Terimakasih peneliti persembahkan kepada Akhirunnisa Pasaribu, Helmi Fauzia Ritonga, Tuju Alam Hsb, Hasnita Ratmi Yazna, Fitri Nurhayati Hsb, Asna Sari Batubara, Juliani, Anna Fitria, Desherli Mahlinda, Nursakinah Ritonga yang telah menjadi sahabat dan memberikan semangat kepada peneliti, Tiada hari yang indah tanpa kalian semua.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi peneliti pada khususnya. Amin.

Padangsidempuan, September 2016

SRI WULANDARI
NIM. 12 230 0206

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Iin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Tsyaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT ACARA SIDANG MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Kerangka Teori	11
1. Laporan Laba Rugi	11
a. Pengertian Laporan Laba Rugi.....	11
b. Komponen-Komponen Dalam Laporan Laba Rugi.....	12
c. Bentuk-Bentuk Laporan Laba Rugi	14
d. Kegunaan dan Keterbatasan Laporan Laba Rugi	17
2. Laba Kotor	19
a. Pengertian Laba Kotor	19
b. Analisis Laba Kotor	22
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Kotor	23
d. Perencanaan Laba kotor	25
e. Manfaat Laba Kotor.....	29
f. Laba Dalam Perspektif Islam	31
3. Penjualan.....	32
a. Pengertian Penjualan.....	32
b. Jenis-Jenis Penjualan	35
c. Tahap-Tahap Penjualan.....	36
d. Penjualan Dalam Perspektif Islam.....	38
B. Penelitian Terdahulu.....	39

C. Kerangka Pikir	42
D. Hipotesis	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
B. Jenis Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel	46
D. Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Teknik Analisis Data	48
1. Statistik Deskriptif.....	49
2. Uji Normalitas	49
3. Uji Linieritas	50
4. Analisis Regresi Sederhana.....	50
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
6. Uji Hipotesis (Uji t)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	53
A. Gambaran Objek Penelitian	53
1. Sejarah Berdirinya PT. Mahaka Media Tbk	53
2. Visi dan Misi PT. Mahaka Media Tbk	55
3. Bidang Usaha PT. Mahaka Media Tbk.....	56
4. Struktur Organisasi PT. Mahaka Media Tbk	57
B. Deskripsi Data Penelitian	57
1. Deskripsi Data Penjualan	58
2. Deskripsi Data Laba Kotor	59
C. Analisis Data Penelitian.....	61
1. Analisis Statistik Deskriptif	61
2. Uji Normalitas	62
3. Uji Linieritas	64
4. Analisis Regresi Sederhana.....	65
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
6. Uji Hipotesis (Uji t)	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	68
E. Keterbatasan Penelitian	70
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran-Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Penjualan dan Laba Kotor PT. Mahaka Media Tbk Periode 2008 2015	4
Tabel 1.2	: Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 4.1	: Data Penjualan Secara Triwulan Periode 2008-2015	58
Tabel 4.2	: Data Laba Kotor Secara Triwulan Periode 2008-2015	59
Tabel 4.3	: Analisis Deskriptif.....	61
Tabel 4.4	: Uji Normalitas	62
Tabel 4.5	: Uji Linieritas	64
Tabel 4.6	: Uji Analisis Regresi sederhana	65
Tabel 4.7	: Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
Tabel 4.8	: Uji Hipotesis (Uji t)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Pikir	42
Gambar 4.1	: Bidang Usaha PT. Mahaka Media Tbk.....	56
Gambar 4.2	: Struktur Organisasi PT. Mahaka Media Tbk.....	57
Gambar 4.3	: Uji Histogram Variabel Penjualan.....	63
Gambar 4.4	: Uji Histogram Variabel Laba Kotor	63

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	: Grafik Penjualan dan Laba Kotor Periode 2008-2015	5
Grafik 4.1	: Grafik Penjualan Secara Triwulan Periode 2008-2015	59
Grafik 4.2	: Grafik Laba Kotor Secara Triwulan Periode 2008-2015	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data dan Grafik Variabel Independen dan Variabel Dependen
- Lampiran 2 : Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 3 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Normalitas dengan Histogram
- Lampiran 5 : Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana
- Lampiran 7 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
- Lampiran 9 : Tabel t (Pada Taraf Signifikan 5% 1 sisi (0,05) dan 2 sisi (0,025))

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT ACARA SIDANG MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kerangka Teori.....	11
1. Laporan Laba Rugi	11
a. Pengertian Laporan Laba Rugi	11
b. Komponen-Komponen Dalam Laporan Laba Rugi.....	12
c. Bentuk-Bentuk Laporan Laba Rugi	14
d. Kegunaan dan Keterbatasan Laporan Laba Rugi	17
2. Laba Kotor.....	19
a. Pengertian Laba Kotor	19
b. Analisis Laba Kotor	22
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Kotor.....	23
d. Perencanaan Laba kotor	25
e. Manfaat Laba Kotor	29
f. Laba Dalam Perspektif Islam	31
3. Penjualan	32
a. Pengertian Penjualan.....	32
b. Jenis-Jenis Penjualan.....	35
c. Tahap-Tahap Penjualan.....	36
d. Penjualan Dalam Perspektif Islam	38

B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pikir.....	42
D. Hipotesis	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
B. Jenis Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel.....	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	46
D. Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Teknik Analisis Data	48
1. Statistik Deskriptif	49
2. Uji Normalitas	49
3. Uji Linieritas.....	50
4. Analisis Regresi Sederhana.....	50
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
6. Uji Hipotesis (Uji t)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	53
A. Gambaran Objek Penelitian	53
1. Sejarah Berdirinya PT. Mahaka Media Tbk.....	53
2. Visi dan Misi PT. Mahaka Media Tbk.....	55
3. Bidang Usaha PT. Mahaka Media Tbk.....	56
4. Struktur Organisasi PT. Mahaka Media Tbk	57
B. Deskripsi Data Penelitian.....	57
1. Deskripsi Data Penjualan	58
2. Deskripsi Data Laba Kotor.....	59
C. Analisis Data Penelitian.....	61
1. Analisis Statistik Deskriptif	61
2. Uji Normalitas	62
3. Uji Linieritas.....	64
4. Analisis Regresi Sederhana.....	65
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
6. Uji Hipotesis (Uji t)	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	68
E. Keterbatasan Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran-Saran	72

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Penjualan dan Laba Kotor PT. Mahaka Media Tbk Periode 2008-2015	4
Tabel 1.2	: Definisi Operasional Variabel	8
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	39
Tabel 4.1	: Data Penjualan Secara Triwulan Periode 2008-2015	58
Tabel 4.2	: Data Laba Kotor Secara Triwulan Periode 2008-2015.....	59
Tabel 4.3	: Analisis Deskriptif	61
Tabel 4.4	: Uji Normalitas	62
Tabel 4.5	: Uji Linieritas.....	64
Tabel 4.6	: Uji Analisis Regresi sederhana.....	65
Tabel 4.7	: Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
Tabel 4.8	: Uji Hipotesis (Uji t)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Pikir	42
Gambar 4.1	: Bidang Usaha PT. Mahaka Media Tbk	56
Gambar 4.2	: Struktur Organisasi PT. Mahaka Media Tbk.....	57
Gambar 4.3	: Uji Histogram Variabel Penjualan	63
Gambar 4.4	: Uji Histogram Variabel Laba Kotor.....	63

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	: Grafik Penjualan dan Laba Kotor Periode 2008-2015	5
Grafik 4.1	: Grafik Penjualan Secara Triwulan Periode 2008-2015	59
Grafik 4.2	: Grafik Laba Kotor Secara Triwulan Periode 2008-2015.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data dan Grafik Variabel Independen dan Variabel Dependen
- Lampiran 2 : Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 3 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Normalitas dengan Histogram
- Lampiran 5 : Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana
- Lampiran 7 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
- Lampiran 9 : Tabel t (Pada Taraf Signifikan 5% 1 sisi (0,05) dan 2 sisi (0,025))

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis semakin tinggi, oleh karena itu setiap perusahaan harus memiliki kinerja yang baik. Kondisi ini menyebabkan terjadinya persaingan antara perusahaan, baik perusahaan dagang, jasa dan industri. Persaingan yang terjadi menuntut perusahaan untuk semakin efisien dalam menjalankan aktivitasnya, terlebih dalam kondisi ekonomi yang penuh dengan ketidakpastian. Krisis ekonomi yang melanda Indonesia telah merusak segala sektor perekonomian sehingga perlu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki.

Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Pihak manajemen selalu merencanakan perolehan laba yang besar setiap periode, hal ini dibuktikan dari adanya target yang harus tercapai. Penentuan target sangat penting agar para manajemen perusahaan termotivasi untuk bekerja secara maksimal, dalam mengelola sumber daya yang ada. Pencapaian target yang ditetapkan sudah merupakan prestasi tersendiri bagi perusahaan, apalagi jika perusahaan mampu melampaui target yang telah ditetapkan. Sebaliknya, jika target tidak tercapai merupakan sebuah kesalahan yang harus dicari solusinya.

Laba yang diperoleh perusahaan akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan. Laba juga digunakan untuk menambah modal dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi untuk melakukan

perluasan pemasaran ke berbagai wilayah. Sebaliknya apabila target laba tidak diperoleh, maka akan berdampak cukup serius bagi perusahaan. Oleh karena itu, bagi pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan diharuskan bekerja keras untuk memperoleh dan meningkatkan laba yang telah ditargetkan. Laba yang diperoleh perusahaan terdiri dari dua macam yaitu laba kotor dan laba bersih.

Laba kotor merupakan laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya, laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh. Sementara itu, laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.¹ Penyebab besar kecilnya perolehan laba kotor yang diperoleh pada setiap periode perlu dilakukan analisis lebih lanjut. Analisis ini penting guna mengetahui dan memahami penyebab terjadinya perolehan laba tersebut, kemudian guna memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan ke depan, analisis ini dikenal dengan analisis laba kotor.

Perolehan laba perusahaan setiap periode tidak sama besarnya. Perbedaan ini tentunya disebabkan oleh berbagai faktor, baik dalam perusahaan maupun luar perusahaan, salah satunya dipengaruhi oleh penjualan. Penjualan merupakan jumlah omzet barang atau jasa yang dijual baik dalam unit maupun dalam rupiah. Besar kecilnya penjualan ini penting bagi perusahaan sebagai data awal untuk melakukan analisis.²

Sementara itu, penjualan dipengaruhi oleh harga jual dan jumlah barang yang dijual, dalam kondisi tertentu harga jual dapat naik namun dapat

¹Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 303.

²*Ibid.*, hlm. 305.

juga turun. Perubahan inilah yang menjadi penyebab perubahan laba kotor dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, jika kuantitas barang yang dijual lebih banyak, maka akan mempengaruhi peningkatan laba kotor. Demikian juga sebaliknya, jika kuantitas barang yang dijual sedikit maka akan mempengaruhi penurunan laba kotor. Pada dasarnya perubahan laba kotor disebabkan dua faktor yaitu faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan. Besar kecilnya hasil penjualan dipengaruhi oleh kuantitas atau volume produk yang dapat dijual dan harga jual persatuan produk tersebut.³

Salah satu perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) adalah PT. Mahaka Media. PT. Mahaka Media didirikan di Jakarta dengan nama PT. Abdi Bangsa pada tanggal 28 November 1992, Mahaka Media merupakan perusahaan media *multiplatform* yang membuat, menjual, mengumpulkan dan mendistribusikan berbagai media surat kabar melalui semua panggung (*platform*) yang dibutuhkan konsumen. Tahun 2002 perusahaan Mahaka Media pertama kali mencatat sahamnya sebagai PT. Abdi Bangsa Tbk pada tanggal 3 April 2002 di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan menjadikannya sebagai perusahaan penerbitan surat kabar pertama yang menjadi persero publik.⁴ Berikut ini gambaran penjualan dan laba kotor dari PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015.

³Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 166.

⁴Laporan Tahunan Annual Report, Perusahaan Mahaka Media Tbk (Mahaka Media Annual Report/, diakses 29 Mei 2015 pukul 12.10 WIB).

Tabel 1.1
Penjualan dan Laba Kotor
PT. Mahaka Media Tbk
Periode 2008-2015 (Dalam Jutaan Rupiah)

No.	Tahun	Penjualan	Laba Kotor
1	2008	Rp 143.886.308	Rp 61.646.878
2	2009	Rp 147.595.013	Rp 63.117.585
3	2010	Rp 177.756.575	Rp 77.129.904
4	2011	Rp 248.135.253	Rp 116.538.291
5	2012	Rp 264.525.408	Rp 135.430.592
6	2013	Rp 308.160.119	Rp 140.285.685
7	2014	Rp 318.915.901	Rp 129.964.189
8	2015	Rp 290.556.699	Rp 122.881.134

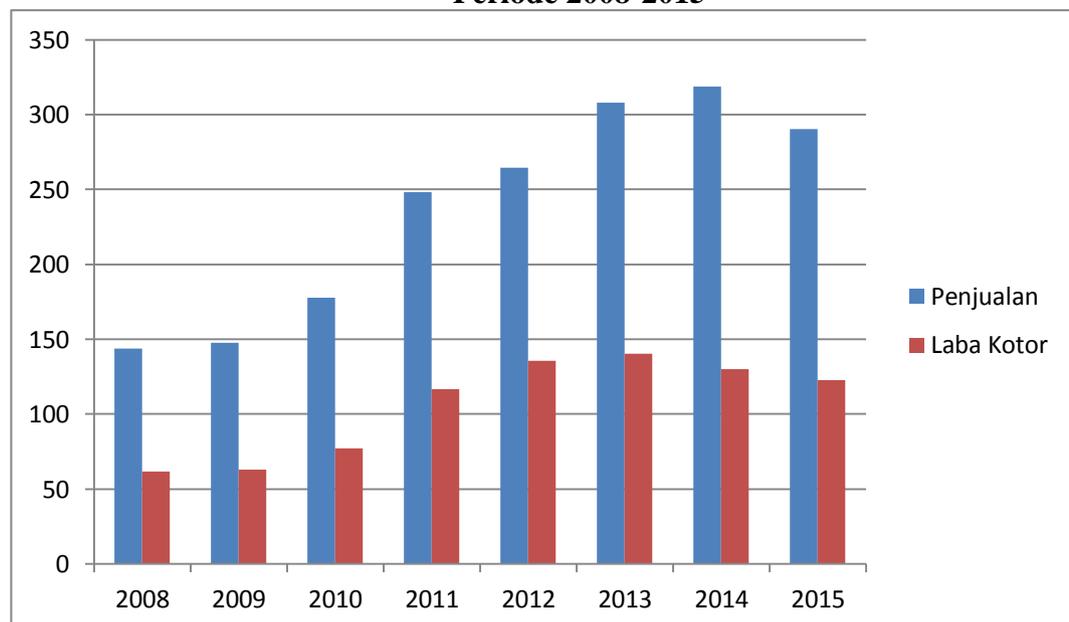
Sumber: Laporan Tahunan Annual Report PT. Mahaka Media Tbk

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, diketahui bahwa PT. Mahaka Media Tbk pada tahun 2008 memiliki penjualan sebesar Rp 143.886.308 dengan perolehan laba kotor mencapai Rp 61.646.878. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya mengalami kenaikan, dimana penjualan tahun 2009 sebesar Rp 147.595.013 dan laba kotor yaitu sebesar Rp 63.117.585. memasuki tahun 2010 penjualan terus meningkat mencapai Rp 177.756.575 dengan laba kotor sebesar Rp 77.129.904. Kemudian tahun 2011 penjualan sebesar Rp 248.135.253 dan laba kotor sebesar Rp 116.538.291. Tahun 2012 hanya terjadi sedikit peningkatan, dimana penjualan sebesar Rp 264.525.408 dan laba kotor sebesar Rp 135.430.592. Penjualan pada tahun 2013 menembus angka Rp 308.160.119, dengan laba kotor mencapai Rp 140.285.685. Penjualan dan laba kotor mengalami sedikit kenaikan di tahun 2014 sebesar Rp.318.915.901, dan laba kotor turun menjadi Rp 129.964.189. Namun tahun 2015 angka penjualan turun yaitu sebesar Rp 290.556.699 dan laba kotor yaitu Rp 122.881.134. Penjualan pada tahun 2015 Rp 290.556.699 lebih besar dari pada tahun 2012 yaitu Rp 264.525.408, akan tetapi laba kotor yang diperoleh

di tahun 2015 lebih kecil dari pada laba kotor yang diperoleh di tahun 2012, yang mana laba kotor tahun 2015 yaitu Rp 122.881.134 dan laba kotor tahun 2012 sebesar Rp 135.430.592.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bahwa penjualan dan laba kotor perusahaan mengalami fluktuatif. Untuk lebih jelas data penjualan dan laba kotor PT. Mahaka Media disajikan pada grafik berikut:

Grafik 1.1
Penjualan dan Laba Kotor
PT. Mahaka Media Tbk
Periode 2008-2015



Terlihat kondisi di atas laporan keuangan yang disajikan PT. Mahaka Media Tbk ternyata tidak selalu sesuai dengan teori. Dimana teori menyatakan bahwa jika kuantitas barang yang dijual meningkat, maka akan menyebabkan laba kotor meningkat. Begitu juga sebaliknya jika kuantitas barang yang dijual menurun, maka laba kotor akan menurun. Sedangkan dalam laporan keuangan pada PT. Mahaka Media Tbk tidak semua peningkatan kuantitas penjualan diikuti oleh peningkatan laba kotor. Ternyata selain faktor penjualan ada juga

faktor lain yang dapat mempengaruhi laba kotor sebagaimana terdapat dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya antara lain:

Penelitian Dian Meylani Sihaloho yang berjudul “*Pengaruh Harga Jual Terhadap Margin Kotor (Gross Margin) pada PT. Perkebunan Nusantara IV*” menyatakan bahwa: “harga jual minyak sawit tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap margin kotor minyak sawit, dan variabel harga jual inti sawit tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap margin kotor inti”.⁵ Sementara itu, penelitian Riska Olivia Febriana dalam penelitiannya berjudul “*Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Laba Kotor pada PT. PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor*” menyatakan bahwa: “terdapat pengaruh efisiensi biaya produksi secara signifikan terhadap laba kotor PT. PINDAD (persero) Divisi Tempa dan Cor”.⁶ Penelitian Arief Darmawan dan Rifki Alifka yang berjudul “*Analisis Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Kotor PT. Gajah Tunggal Tbk*” menyatakan bahwa: “harga pokok penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba kotor”.⁷

Sedangkan Susanti Kusumo Sari dalam penelitiannya yang berjudul “*Analisis Volume penjualan, Harga Jual dan Harga Pokok Penjualan Minyak Kelapa Sawit Terhadap Laba Kotor pada PT. Triputra Agro Persada*” menyatakan bahwa “ volume penjualan, harga jual dan harga pokok penjualan

⁵Dian Meylani Sihaloho, “Pengaruh Harga Jual Terhadap Margin Kotor (*Gross Margin*) pada PT Perkebunan Nusantara IV,” (Skripsi, Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi Medan, 2007), hlm. 60-61.

⁶Riska Olivia Febriana, “Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Laba Kotor pada PT PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor,” (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, 2013), hlm. 64.

⁷Arief Darmawan dan Rifki Alifka, “Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Kotor PT Gajah Tunggal Tbk,” (Jurnal, Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hlm. 67.

minyak kelapa sawit berpengaruh terhadap laba kotor”.⁸ Penelitian Mufrida Warni dan Chumairoh yang berjudul “*Pengaruh penjualan Bersih Terhadap Laba Kotor pada PT. Nipon Indosari Corpindo Tbk (Sari Roti)*” menyatakan bahwa: “pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor mempunyai pengaruh yang signifikan”.⁹

Berdasarkan berbagai fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA KOTOR PADA PT. MAHAKA MEDIA Tbk PERIODE 2008-2015.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tinggi rendahnya tingkat penjualan akan berpengaruh terhadap laba kotor perusahaan.
2. Menilai kinerja keuangan dari hasil penjualan terhadap laba kotor perusahaan.
3. Turunnya kuantitas penjualan akan berpengaruh kepada laba kotor yang dihasilkan perusahaan.

⁸Susanti Kusumo Sari, “Analisis Volume Penjualan, Harga Jual dan Harga Pokok Penjualan Minyak kelapa Sawit Terhadap Laba pada PT. Triputra Agro Persada,” (Skripsi, University Gunadarma Depok), hlm. 18.

⁹Mufrida Warni dan Chumairoh, “Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Kotor PT. Nipon Indosari Corpindo Tbk,” (Jurnal, Jurusan Akuntansi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012), hlm. 5.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka peneliti membatasi penelitian ini pada dua variabel, yaitu variabel bebas (X) adalah penjualan, dan variabel terikat (Y) adalah laba kotor.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini, maka peneliti mendefinisikan variabel, dan beberapa indikator yang mendukung variabel-variabel penelitian serta skala yang digunakan untuk melakukan pengukuran maupun penelitian sebagai berikut:

Tabel. 1.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Penjualan (X)	Penjualan adalah suatu bentuk transaksi dengan memberikan barang ataupun jasa kepada pelanggan yang disertai dengan penerimaan sejumlah uang dari pelanggan tersebut.	1. Faktor harga jual. 2. Faktor jumlah barang yang dijual.	Rasio
Laba Kotor (Y)	Laba Kotor adalah selisih dari hasil penjualan dengan harga pokok penjualan, disebut laba kotor karena jumlahnya masih harus dikurangi dengan biaya-biaya.	1. Penjualan bersih 2. Harga pokok penjualan.	Rasio

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan terhadap laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015”?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah “untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara penjualan terhadap laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015”.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti

Sebagai sarana pengaplikasian berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah, dan dengan penelitian yang dilakukan peneliti dapat mengetahui secara mendalam tentang penjualan dan pengaruhnya terhadap laba kotor perusahaan, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta bekal untuk terjun ke dunia kerja.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan berupa saran atau ide yang sifatnya dapat memberikan kemajuan bagi perusahaan, serta sebagai bahan pertimbangan tentang penjualan dan laba kotor perusahaan. Sehingga, perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan laba kotor perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan, juga memberikan sumbangan pikiran, serta sebagai

tambahan referensi bagi peneliti untuk mengembangkan penelitian lebih mendalam lagi yang berkaitan dengan penjualan dan pengaruhnya terhadap laba kotor perusahaan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan skripsi ini, maka peneliti membuat sistematika dalam pembahasan ini yaitu:

Bab I membahas pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas landasan teori, kerangka teori, laporan laba rugi, laba kotor, penjualan, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III membahas tentang metodologi penelitian yang mencakup waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data

Bab IV membahas tentang gambaran objek penelitian yaitu sejarah berdirinya PT. Mahaka Media Tbk, visi dan misi PT. Mahaka Media Tbk, deskripsi data penelitian, analisis data penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Bab V meliputi penutup yaitu kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Laporan laba Rugi

a. Pengertian Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah suatu laporan yang menunjukkan pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya dari suatu unit untuk suatu periode tertentu. Selisih antara penjualan dan harga pokok penjualan disebut laba kotor, sedangkan selisih antara pendapatan dan biaya-biaya merupakan laba bersih atau rugi yang diderita oleh perusahaan.¹

Laporan laba rugi menyajikan pendapatan dan beban untuk suatu periode waktu tertentu berdasarkan konsep pengaitan antara pendapatan dan beban yang terkait. Laporan laba rugi juga menyajikan selisih pendapatan terhadap beban yang terjadi.² Laporan laba rugi merupakan penyajian pendapatan dan beban selama sebulan dicatat dalam persamaan akuntansi sebagai penambahan dan pengurangan atas modal.³

Menurut Kamus Lengkap Ekonomi Islam bahwa laporan laba rugi adalah “laporan yang menggambarkan kinerja dan kegiatan usaha pada satu periode tertentu yang meliputi pendapatan dan beban yang timbul pada operasi utama dan operasi lainnya”. Penyusunan laporan

¹Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting* (Yogyakarta: BPFE, 2004), hlm. 29.

²James M. Reeve, dkk., *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia, “Principles Of Accounting”* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 22-23.

³Soemarso S. R., *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT Salemba Empat, 2004), hlm. 52.

laba rugi didasarkan pada pendapatan dan biaya yang diakui secara akrual sedangkan perhitungan distribusi pendapatan/hasil usaha menggunakan dasar kas. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus mampu membedakan pendapatan akrual dan pendapatan yang kasnya sudah diterima.⁴ Sementara itu, menurut Kasmir dan Jakfar “Laporan laba rugi adalah laporan yang menunjukkan jumlah pendapatan yang diperoleh dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode tertentu”.⁵

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa laporan laba rugi merupakan sebuah laporan yang menyajikan pendapatan dan beban suatu perusahaan, juga sebagai alat untuk mengetahui kemajuan yang dicapai perusahaan melalui perolehan laba dalam suatu periode.

b. Komponen-Komponen Dalam Laporan Laba Rugi

Adapun komponen-komponen atau pos-pos dalam laporan laba rugi sebagai berikut:⁶

1) Penjualan bersih

Penjualan bersih merupakan jumlah yang dibebankan kepada pembeli karena penjualan barang dan jasa, baik secara kredit maupun tunai dilaporkan sebagai penjualan *bruto*. Penjualan *return* dan pengurangan harga serta potongan penjualan dilaporkan sebagai pengurangan terhadap penjualan *bruto* dan hasil yang diperoleh adalah penjualan bersih.

⁴Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 146.

⁵Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 118.

⁶Soemarso S. R., *Op. Cit.*, hlm. 226-227.

- 2) Harga pokok penjualan
Harga pokok penjualan merupakan nilai penjualan yang diterima dicatat sebagai penjualan, sedangkan nilai beli yang di keluarkan untuk barang yang dijual dicatat sebagai harga pokok penjualan.
- 3) Laba *bruto*/ laba kotor
Laba kotor merupakan selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan disebut laba *bruto*, karena jumlah ini masih harus dikurangi dengan beban-beban usaha.
- 4) Beban-beban usaha
Beban usaha dikelompokkan menjadi beban penjualan, beban administrasi dan umum. Beban penjualan adalah semua beban yang terjadi dalam hubungan kegiatan menjual dan memasarkan barang misalnya promosi, pengangkutan barang-barang yang dijual, beban administrasi dan umum adalah beban yang bersifat umum dalam perusahaan misalnya gaji dan upah, listrik, air, telepon, pemeliharaan.
- 5) Laba usaha
Beban usaha merupakan selisih antara laba kotor dan beban usaha disebut laba usaha atau laba operasi. Laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.
- 6) Pendapatan lain-lain
Pendapatan lain-lain merupakan pendapatan yang bukan berasal dari kegiatan utama perusahaan dikelompokkan ke dalam pendapatan lain-lain atau pendapatan non usaha. Termasuk dalam kelompok ini adalah keuntungan dari penjualan aktiva tetap dan pendapatan sewa.
- 7) Beban lain-lain
Beban-beban merupakan beban yang tidak dapat dihubungkan secara langsung dan pasti dengan kegiatan utama perusahaan dikelompokkan pada beban lain-lain atau beban non usaha misalnya beban bunga.
- 8) Laba bersih
Laba bersih merupakan angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah laba bersih (*net profit*), jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal, sebaliknya apabila perusahaan menderita rugi, angka terakhir ini adalah rugi bersih.

Berdasarkan komponen-komponen di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa semua komponen dalam laporan laba rugi berperan penting untuk segala kegiatan sebuah perusahaan dalam

pengambilan keputusan disetiap kegiatan operasi usaha, dan sebagai alat ukur atau pertimbangan untuk kegiatan-kegiatan selanjutnya.

c. Bentuk-Bentuk Laporan Laba Rugi

Ada dua bentuk penyusunan laporan laba rugi yaitu:

1) Metode Satu Tahap (*Single Step*)

Metode *single step* adalah metode yang sangat sederhana dimana dalam bentuk ini tidak dilakukan pengelompokan pendapatan dan biaya ke dalam kelompok-kelompok usaha dan di luar usaha, tetapi hanya dipisahkan antara pendapatan-pendapatan dan biaya.⁷ Keuntungan dari metode *single step* ini adalah kesederhanaan penyajiannya dan tidak ada pengklasifikasian pendapatan dan biaya berdasarkan prioritasnya, berikut ini contoh laporan laba rugi bentuk *single step*:

Laporan Laba Rugi	
Periode yang terakhir tanggal 31 Desember	
Hasil penjualan bersih	Rp. xxx
Penghasilan lain-lain	Rp. xxx
Utang dihapuskan	Rp. xxx
 Dikurangi:	
Harga pokok penjualan	Rp. xxx
Biaya penjualan	Rp. xxx
Biaya administrasi dan umum	Rp. xxx
Biaya lain-lain	Rp. xxx
Pajak penghasilan	Rp. xxx
Penghasilan bersih	Rp. xxx
	Rp. xxx

⁷Zaki Baridwan, *Op. Cit.*, hlm. 33.

Berdasarkan laporan laba rugi di atas disusun hanya jumlah-jumlahnya saja, dan merupakan suatu ringkasan detail dari masing-masing elemen. Untuk *single step* laba kotor tidak dapat dilihat, karena semua biaya dijadikan satu sehingga biaya-biaya dijumlahkan dan langsung mengurangi pendapatan bersih dan langsung menghasilkan laba bersih.

2) Metode Bertahap (*Multiple Step*)

Metode bertahap (*Multiple Step*) terdapat pengklasifikasian atau pengelompokan terhadap pendapatan dan biaya-biaya yang disusun dalam urutan-urutan tertentu sehingga dapat dihitung penghasilan-penghasilan seperti: laba kotor, penghasilan usaha bersih, penghasilan sebelum pajak, penghasilan bersih sesudah pajak, penghasilan bersih dan elemen-elemen luar biasa.⁸ Berikut ini contoh laporan laba rugi bentuk *multiple step*:

Laporan Laba Rugi		
Periode yang terakhir tanggal 31 Desember		
Hasil penjualan		Rp. xxx
Penjualan <i>return</i>	Rp. xxx	
Potongan penjualan	<u>Rp. xxx</u>	
Hasil penjualan bersih		<u>Rp. xxx</u> Rp. xxx
Harga pokok penjualan		
Persediaan awal		Rp. xxx
Pembelian	Rp. xxx	
Ongkos angkut	<u>Rp. xxx</u>	
	Rp. xxx	
Pembelian <i>return</i>	Rp. xxx	
Potongan pembelian	<u>Rp. xxx</u>	
	<u>Rp. xxx</u>	

⁸*Ibid.*, hlm. 33-34.

		<u>Rp. xxx</u>	
	Persediaan barang untuk dijual	Rp. xxx	
	Persediaan barang jadi akhir	<u>Rp. xxx</u>	
	Harga pokok penjualan		<u>Rp. xxx</u>
	Laba <i>bruto</i>		<u>Rp. xxx</u>
Biaya usaha:			
Biaya penjualan			
	Gaji	Rp. xxx	
	Depresiasi alat-alat	Rp. xxx	
	Macam-macam biaya penjualan	<u>Rp. xxx</u>	
			Rp. xxx
Biaya administrasi dan umum:			
	Biaya gaji karyawan	Rp. xxx	
	Depresiasi alat-alat kantor	Rp. xxx	
	Sumbangan	Rp. xxx	
	Macam-macam biaya lainnya	<u>Rp. xxx</u>	
			<u>Rp. xxx</u>
	Laba usaha bersih		<u>Rp. xxx</u> <u>Rp. xxx</u>
Penghasilan dan biaya lain-lain:			
Penghasilan lain-lain			
	Penghasilan sewa	Rp. xxx	
	Penghasilan bunga	<u>Rp. xxx</u>	
			Rp. xxx
Biaya-biaya lain-lain:			
	Biaya bunga	<u>Rp. xxx</u>	
			<u>Rp. xxx</u>
	Penghasilan bersih sebelum pajak		<u>Rp. xxx</u>
	Pajak PPH 15%		<u>Rp. xxx</u>
	Penghasilan bersih setelah pajak		<u>Rp. xxx</u>
Elemen-elemen luar biasa			
	Utang dihapuskan	Rp. xxx	
	Pajak PPH 15%	<u>Rp. xxx</u>	
			<u>Rp. xxx</u>
	Penghasilan bersih dan elemen-elemen luar biasa		<u><u>Rp. xxx</u></u>

Metode ini dilakukan pengelompokan sehingga dengan mudah memisahkan biaya operasi dan non-operasi dan dapat membandingkan harga pokok produk dengan pendapatan yang dihasilkan selama periode tertentu. Dapat dilihat bahwa laba kotor diperoleh dari penjualan bersih dikurangi harga pokok produk,

harga pokok produk didapat dari persediaan barang jadi awal ditambah pembelian ditambah harga pokok produksi dikurangi persediaan barang jadi akhir.

Dalam akuntansi keuntungan atau kerugian dari operasi yang dihentikan dan dikurangi luar biasa dinamakan sebagai pos-pos tidak biasa. Pos-pos ini timbul dari transaksi dan peristiwa yang dampaknya diperkirakan tidak akan berlanjut terhadap hasil yang akan dilaporkan dalam periode berikutnya. Oleh sebab itu, dalam laporan laba rugi pos-pos ini disajikan secara terpisah dari operasi berlanjut.⁹

Berdasarkan bentuk-bentuk penyusunan laporan laba rugi, peneliti menyimpulkan bahwa dari dua metode tersebut sama saja dalam segi hasil atau penjumlahannya akan tetapi yang menjadi perbedaannya adalah dalam segi penyajian yang mana metode *single step* tidak ada pengelompokan antara pendapatan dan biaya-biaya dan lebih sederhana dibandingkan metode *multiple step*. Metode *multiple step* atau metode bertahap ini dilakukan pengelompokan terhadap pendapatan dan biaya-biaya.

d. Kegunaan dan Keterbatasan Laporan Laba Rugi

Kegunaan laporan laba rugi adalah sebagai berikut: lewat laporan laba rugi, investor dapat mengetahui besarnya tingkat profitabilitas yang dihasilkan *investee*. Lewat laporan laba rugi, kreditor juga dapat mempertimbangkan kelayakan kredit debitur.

⁹Hery, *Teori Akuntansi* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 154.

Penetapan pajak yang nantinya akan disetorkan ke kas negara, diperoleh berdasarkan jumlah laba bersih yang dihasilkan.¹⁰ Di samping itu, investor juga dapat mengetahui kecenderungan hasil kinerja manajemen *investee* dari waktu ke waktu, apakah semakin meningkat atau justru menurun.

Pengguna laporan laba rugi juga menyadari keterbatasan-keterbatasan yang ada di dalam laporan laba rugi. Laba bersih, sebagai hasil penanding antara beban dan pendapatan, merupakan estimasi dan mencerminkan sejumlah asumsi. Beberapa keterbatasan dari laporan laba rugi di antaranya adalah:¹¹

- 1) Pos-pos yang tidak dapat diukur secara akrual tidak dilaporkan.
Praktik yang berlangsung saat ini melarang pengakuan pos-pos tertentu ketika menentukan laba, meskipun pos-pos ini cukup mempengaruhi kinerja perusahaan.
- 2) Laba dipengaruhi oleh metode akuntansi yang digunakan.
Salah satu komponen laba adalah beban, dan sebuah item akan dapat diperbandingkan jika adanya perlakuan metode akuntansi yang sama dalam mencatat dan melaporkan item tersebut.
- 3) Laba juga dipengaruhi oleh faktor estimasi (melibatkan pertimbangan subjektif manajemen).
Pihak manajemen sering menggunakan pertimbangan subjektif untuk menetapkan besarnya estimasi atas suatu peristiwa akuntansi, estimasi dapat dilakukan secara subjektif dan rasional berdasarkan prinsip akuntansi secara umum.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 137.

¹¹*Ibid.*, hlm. 138-140.

2. Laba Kotor

a. Pengertian Laba Kotor

Laba adalah sumber utama perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan, laba merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya selama periode akuntansi, dan laba juga dimaknai sebagai imbalan atau upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan akan diperoleh laba kotor, jumlah ini dikatakan laba kotor karena masih belum memperhitungkan beban operasional yang telah dikeluarkan dalam rangka penciptaan/pembentukan pendapatan.¹²

Menurut Kasmir laba kotor adalah “laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan”.¹³ Laba kotor (*gross profit*) adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan, disebut laba kotor karena jumlahnya masih harus dikurangi dengan beban-beban usaha.¹⁴

Maka peneliti menyimpulkan bahwa, laba kotor adalah selisih dari hasil penjualan dengan harga pokok penjualan, disebut laba kotor karena jumlahnya masih harus dikurangi dengan biaya-biaya, dan dapat juga diartikan sebagai laba yang pertama kali diperoleh dari hasil penjualan barang dan jasa.

¹²*Ibid.*, hlm. 155.

¹³Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 303.

¹⁴Soemarso S.R., *Op. Cit.*, hlm. 226.

Laba kotor merupakan informasi penting dalam suatu laporan keuangan, angka ini penting untuk:¹⁵

1) Perhitungan pajak.

Perhitungan pajak dalam laporan keuangan merupakan salah satu hal penting bagi kegiatan usaha untuk mengetahui seberapa besar laba yang dihasilkan, kemudian seberapa besar jumlah pajak yang harus dibayar oleh sebuah perusahaan setiap bulannya.

2) Menghitung deviden.

Deviden merupakan bagian dari laba bersih yang ditetapkan untuk dibagikan kepada para pemegang saham. Menghitung deviden berfungsi untuk mengetahui seberapa besar laba atau keuntungan yang akan dibagi kepada para pemilik saham dari sebuah perusahaan tersebut.

3) Menjadi pedoman dalam menentukan kebijaksanaan investasi dan pengambilan keputusan.

Laba kotor dalam laporan keuangan dapat dijadikan sebagai pedoman untuk menentukan kebijakan investasi serta pengambilan keputusan dalam sebuah kegiatan usaha.

4) Menjadi dasar dalam peramalan maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya dimasa mendatang.

¹⁵Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 296.

Menjadi dasar peramalan dalam kejadian ekonomi perusahaan maksudnya adalah dari laporan keuangan dilihat seberapa besar laba yang dihasilkan perusahaan tahun ini dan akan menjadi pedoman atau alat ukur kegiatan usaha untuk tahun berikutnya dari kegiatan-kegiatan usaha tahun sebelumnya.

5) Menjadi dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi.

Sebagai perhitungan dan penilaian efisiensi sebuah perusahaan dapat dilihat dari hasil laba yang dicapai dalam periode tertentu, kemudian dalam menghitung penilaian efisiensi atau penilaian terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan dapat diperhitungkan seefisien mungkin.

6) Menilai prestasi atau kinerja perusahaan.

Laba kotor juga dapat dijadikan untuk menghitung sejauh mana nilai kinerja sebuah perusahaan dari tiap periode apakah berjalan lancar dan baik atau tidak.

7) Menghitung zakat sebagai kewajiban manusia kepada masyarakat.

Menghitung berapa jumlah zakat yang harus dikeluarkan tiap tahun dari hasil usaha tersebut, zakat sebagai kewajiban manusia kepada masyarakat artinya dari laba yang diperoleh tiap tahunnya di dalamnya ada bahagian masyarakat yang harus kita keluarkan zakatnya. Salah satu tujuan dari

setiap perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan biaya yang seminimal mungkin.

b. Analisis Laba Kotor

Analisis laba kotor dilakukan dengan membandingkan data aktual yang akan dianalisis terhadap data anggaran sehingga diperoleh penyimpangannya (selisih).¹⁶ Analisis laba kotor lazim digunakan dalam perencanaan keuangan atau *budgeting*. Namun teknik ini biasa digunakan dalam analisis laporan keuangan. Analisis ini menggunakan data penjualan, biaya variabel (harga pokok produksi), dan laba kotor strukturnya adalah sebagai berikut:

Penjualan	Rp..... =	%
Harga pokok penjualan	Rp..... =	%
<u>Laba kotor (<i>Gross Profit</i>)</u>	<u>Rp..... =</u>	<u>%</u>

Berdasarkan rumus di atas, maka diketahui hubungan antara laba kotor, harga pokok penjualan, dan penjualan. Hubungan ini biasanya ditetapkan dalam bentuk persentase, laba kotor dianggap akan menutupi biaya operasi perusahaan. Seandainya laba kotor ini tidak dapat memenuhi biaya operasi yang terdiri dari biaya penjualan, biaya umum, dan administrasi, berarti perusahaan rugi. Metode ini juga digunakan untuk menaksir nilai persediaan akhir, menghitung persediaan yang tak terduga, dan sebagainya.¹⁷

¹⁶Radiks Purba, *Akuntansi Untuk Manajer* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), hlm. 356.

¹⁷Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), hlm. 221.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Kotor

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor yaitu penjualan dan harga pokok penjualan. Besar kecilnya hasil penjualan dipengaruhi oleh harga jual dan kuantitas atau volume produk yang dapat dijual. Faktor harga pokok penjualan juga dipengaruhi oleh kuantitas produk yang dijual dan harga pokok per satuan (rata-rata) produk yang dijual. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa laba kotor pada dasarnya dipengaruhi oleh empat faktor yaitu sebagai berikut:¹⁸

- 1) Berubahnya harga jual (*sales price varians*), yaitu adanya perubahan antara harga jual yang sesungguhnya dengan harga jual yang dianggarkan atau dengan harga jual tahun sebelumnya. Dengan rumus:

$$(H_{j_2} - H_{j_1}) K_2$$

Keterangan:

H_{j_1} = harga jual per satuan produk yang dianggarkan atau sebelumnya.

H_{j_2} = harga jual per satuan produk yang sesungguhnya.

K_2 = kuantitas atau volume produk yang sesungguhnya dijual tahun ini.

Apabila $(H_{j_1} - H_{j_2})$ menunjukkan atau menghasilkan angka positif berarti ada kenaikan harga yang menunjukkan keadaan yang menguntungkan, sebaliknya bila negatif berarti ada penurunan harga jual yang menunjukkan keadaan yang merugi.

- 2) Berubahnya jumlah kualitas produk yang dijual (*sales volume variance*), yaitu adanya perbedaan antara kualitas produk yang direncanakan pada tahun sebelumnya dengan kuantitas produk yang sesungguhnya dijual. Dengan rumus:

$$(K_2 - K_1) H_{j_1}$$

¹⁸Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 167-168.

Keterangan:

K_2 = kuantitas penjualan yang sesungguhnya direalisasi tahun ini.

K_1 = kuantitas penjualan yang dibudgetkan atau tahun sebelumnya.

H_{j1} = harga jual per satuan produk yang dibudgetkn atau tahun sebelumnya sebagai standar.

Apabila $(K_2 - K_1)$ menghasilkan angka positif menunjukkan bahwa kuantitas produk yang sesungguhnya dijual lebih besar dari pada yang direncanakan. Hal ini menunjukkan keadaan yang menguntungkan atau bagian penjualan bekerja lebih baik. Sebaliknya, bila menghasilkan angka negatif berarti penjualan turun dan menunjukkan keadaan yang merugi.

- 3) Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk (*cost price variance*) yaitu adanya perbedaan antara harga pokok penjualan per satuan produk (*unit cost*) menurut *budget*/ tahun sebelumnya dengan harga pokok yang sesungguhnya. Dengan rumus:

$$(HPP_2 - HPP_1) K_2$$

Keterangan:

HPP_2 = harga pokok penjualan yang sesungguhnya.

HPP_1 = harga pokok penjualan menurut *budget* atau tahun sebelumnya.

K_2 = kuantitas produk yang sesungguhnya dijual.

Apabila $(HPP_2 - HPP_1)$ menghasilkan angka positif berarti HPP mengalami kenaikan, kenaikan dalam sektor biaya menunjukkan keadaan yang merugikan, sebaliknya bila hasilnya negatif berarti biaya mengalami penurunan yang berarti pula menunjukkan keadaan yang menguntungkan.

- 4) Perubahan harga pokok penjualan (*cost volume variance*) yaitu adanya perubahan harga pokok penjualan karena perubahan kuantitas atau volume yang dijual atau diproduksi.

Dengan rumus:

$$(K_2 - K_1) HPP_1$$

Keterangan:

K_2 = kuantitas produk yang sesungguhnya dijual atau dihasilkan.

K_1 = kuantitas produk menurut *budget* atau tahun sebelumnya.

HPP_1 = harga pokok penjualan per satuan barang menurut *budget*.

Apabila $(K_2 - K_1)$ menghasilkan angka positif berarti kuantitas atau barang yang diproduksi bertambah (mengalami kenaikan), apabila kuantitas bertambah maka harga pokok penjualan mengalami kenaikan pula, dan bertambahnya harga pokok penjualan menunjukkan keadaan yang tidak menguntungkan (merugikan). Sebaliknya bila hasil negatif berarti ada penurunan biaya yang menunjukkan keadaan yang menguntungkan.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi laba kotor beserta penjelasan lainnya maka, peneliti dapat menyimpulkan antara lain perubahan harga jual disebabkan karena terjadinya perubahan harga jual yang sesungguhnya dengan yang dianggarkan, kemudian perubahan terhadap harga pokok penjualan disebabkan adanya perubahan kuantitas produk yang dijual. Perubahan pada harga pokok penjualan per satuan produk dan perubahan pada kuantitas harga pokok penjualan pada umumnya disebabkan terjadinya perubahan antara yang dianggarkan dengan yang sesungguhnya.

d. Perencanaan Laba Kotor

Membuat perencanaan laba pada sebuah perusahaan merupakan kewajiban yang harus dilakukan sebelum kegiatan dijalankan. Dalam membuat rencana laba, perlu terlebih dahulu ditentukan atau dianggarkan target laba yang ingin dicapai.

Penyusunan rencana anggaran atau *budget* yang akan dijalankan oleh perusahaan haruslah mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi pencapaian target tersebut. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan antara lain:¹⁹

a) Volume penjualan tahun sebelumnya.

Volume penjualan tahun sebelumnya dapat dijadikan alat ukur untuk penjualan barang di tahun-tahun mendatang, agar tidak terjadi kerugian hasil volume penjualan tahun sebelumnya harus mampu melebihi volume penjualan tahun ini agar laba kotor dapat meningkat dari tahun sebelumnya.

b) Harga jual periode sebelumnya.

Harga jual suatu barang dilihat dari harga bahan baku sebuah barang tersebut, dan dari harga pokok produksi barang. Harga jual periode sebelumnya dijadikan sebagai gambaran untuk periode selanjutnya.

c) Kecenderungan permintaan terhadap produk yang ditawarkan dari tahun ke tahun.

Kecenderungan permintaan produk yang ditawarkan dari tahun ke tahun selalu berbeda, yang mana permintaan tidak akan selalu meningkat dan tidak pula akan selalu menurun, maka dari itu perusahaan harus mampu mengendalikan segala hal tersebut, jika permintaan produk meningkat perusahaan harus mampu memenuhi permintaan tersebut, dan jika

¹⁹Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan....., Op. Cit.*, hlm. 322-323.

permintaan menurun sedangkan produk yang ditawarkan banyak perusahaan harus mengendalikan sisa produk tersebut.

d) Kondisi persaingan baik lokal maupun internasional.

Persaingan baik lokal maupun internasional akan menjadi pengaruh terhadap penjualan barang yang ditawarkan perusahaan, persaingan penjualan barang mulai dari harga dan kualitas barang yang dijual tidak mampu menyaingi produk-produk lain dan tidak terkendalikan maka perusahaan akan kesulitan meningkatkan laba yang akan dicapai perusahaan.

e) Kecenderungan inflasi secara umum.

Kecenderungan inflasi atau kenaikan harga secara terus menerus akan mengakibatkan permintaan akan menurun, dan jumlah barang yang ditawarkan tidak mampu terjual secara keseluruhan.

f) Kondisi perekonomian permintaan dan masyarakat.

Kondisi perekonomian di masyarakat akan berpengaruh terhadap permintaan suatu barang, jika perekonomian masyarakat meningkat maka permintaan terhadap barang ikut meningkat, dan sebaliknya jika ekonomi masyarakat menurun maka permintaan terhadap barang akan berkurang terkecuali barang yang dibutuhkan seperti makanan pokok.

g) Kecenderungan perubahan selera masyarakat.

Kecenderungan perubahan selera masyarakat selalu berubah-ubah tiap periode, yang mana perubahan inilah yang

akan mengakibatkan produksi barang yang berubah-ubah, perencanaan terhadap perubahan selera masyarakat penting bagi perusahaan.

h) *Budget* promosi yang harus dianggarkan.

Budget promosi yang harus dianggarkan yaitu seberapa besar biaya untuk promosi penjualan yang akan dilakukan pada periode tertentu agar mampu mencapai laba yang diinginkan perusahaan.

i) Pertimbangan lainnya.

Pertimbangan lainnya maksudnya jika ada pertimbangan-pertimbangan lain yang akan direncanakan untuk masa mendatang maka dibuat perencanaan sama seperti sebelumnya.

Berdasarkan perencanaan laba kotor di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa khususnya dalam penyusunan anggaran laba kotor harus dipertimbangkan juga ketersediaan harga pokok penjualan dan prediksi kenaikan harga pokok penjualan dari tahun ke tahun sebelumnya.

Ketersediaan bahan baku penting mengingat apabila terjadi kelangkaan atau keterlambatan, akan berakibat kepada harga jual dan jumlah barang yang dijual. Demikian pula dengan kenaikan harga pokok penjualan. Volume penjualan tahun sebelumnya dapat dijadikan alat ukur untuk penjualan barang di tahun-tahun mendatang, begitu juga dengan harga jual periode sebelumnya.

Kecenderungan permintaan terhadap produk yang ditawarkan dari tahun ke tahun akan selalu berbeda yang mana jika permintaan tinggi maka harga jual akan ikut naik.

e. Manfaat Analisis Laba Kotor

Secara umum manfaat yang diperoleh dari analisis laba kotor adalah sebagai berikut:²⁰

a) Untuk mengetahui penyebab naik turunnya harga jual.

Berdasarkan analisis laba kotor sebuah perusahaan dapat mengetahui penyebab harga jual dapat naik namun dapat juga turun dari waktu ke waktu.

b) Untuk mengetahui naik turunnya harga pokok penjualan

Besarnya harga pokok penjualan dapat dilihat dari laporan laba rugi, dilakukan analisis laba kotor untuk mengetahui seberapa besar naik atau turunnya harga pokok penjualan sebuah barang yang dijual oleh perusahaan pada suatu periode tertentu.

c) Sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian penjualan akibat naik turunnya harga jual.

Analisis laba kotor dapat dijadikan sebagai bentuk pertanggungjawaban bagi penjual akibat naik turunnya harga jual, penyebab naik turunnya harga jual disebabkan karena harga bahan baku yang tidak tetap atau stabil dari waktu ke waktu.

²⁰*Ibid.*, hlm. 309-310.

- d) Sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian produksi akibat naik turunnya harga pokok.

Analisis laba kotor sangat berguna bagi sebuah perusahaan untuk mengetahui naik turunnya harga pokok dari sebuah produksi barang yang dihasilkan oleh perusahaan, dan sebagai bentuk pertanggungjawaban dibagian produksi.

- e) Sebagai salah satu alat ukur untuk melihat kinerja manajemen dalam suatu periode.

Sebagai alat ukur kinerja manajemen dalam suatu periode dan akan dijadikan bahan pertimbangan untuk kinerja selanjutnya apakah mampu menghasilkan laba yang maksimal, setelah melakukan analisis laba kotor akan terlihat bagaimana kinerja yang dilakukan sebelumnya sehingga dapat tercapai tujuan dari perusahaan tersebut.

- f) Sebagai bahan untuk menentukan kebijakan manajemen kedepan dengan mencermati kegagalan atau kesuksesan mencapai laba kotor sebelumnya.

Manejer disebuah perusahaan dapat menentukan kebijakan dengan mencermati kegagalan atau kesuksesan laba kotor yang dicapai sebelumnya untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk masa mendatang, berdasarkan analisis laba kotor yang dilakukan tersebut.

Bedasarkan manfaat analisis laba kotor di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa manfaat dari analisis laba

kotor di atas adalah agar dapat mengetahui penyebab naik turunnya hal-hal yang menjadi perhitungan dalam kegiatan perusahaan seperti harga jual, harga pokok penjualan, serta sebagai bahan pertimbangan, pertanggungjawaban segala kegiatan usaha dan alat ukur kinerja manajemen dalam suatu periode.

f. Laba Dalam Perspektif Islam

Perintah tentang pentingnya berusaha atau mencari rezeki dari karunia yang Allah berikan di muka bumi ini, maka jelajahilah seluruh penjuru dan makanlah sebagian rezeki yang ada di bumi dengan perolehan yang baik, mencari penghidupan (laba atau keuntungan) sebanyak mungkin untuk kesejahteraan hidup.²¹ Sebagaimana dijelaskan dalam Alquran surah *An-Nur* ayat 38 sebagai berikut:

لِيَجْزِيَهُمُ اللَّهُ أَحْسَنَ مَا عَمِلُوا وَيَزِيدَهُم مِّن فَضْلِهِ ۗ وَاللَّهُ يَرْزُقُ مَن يَشَاءُ بِغَيْرِ حِسَابٍ ﴿٣٨﴾

Artinya: “laki-laki yang tidak dilalaikan oleh keramaian perniagaan dan tidak pula oleh kesibukan berjual beli dari mengingat Allah dan mendirikan shalat dan membayarb zakat. Meraka takut kepada hari itu penglihatan menjadi goncang, Allah memberi balasan kepada mereka yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan dan supaya Allah menambah karunia kepada mereka dan Allah memberi kepada siapa yang ia kehendaki tanpa perhitungan”.²²

²¹M. Dawam Rahardjo, *Ensiklopedi Al-Qir'an Tafsir Social Berdasarkan Konsep-Konsep Kunci*, (Jakarta Selatan: Paramadina, 2002), hlm 581.

²²Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Gema Insani Perss, 2007), hlm. 554.

Berdasarkan ayat bergaris bawah di atas menganjurkan manusia agar selalu optimis terhadap karunia atau rezeki Allah. Anggapan bahwa ingat kepada Allah dan menyisihkan waktu untuk shalat, membayar zakat, sekalipun berada dalam suasana perniagaan yang ramai sibuk dengan transaksi jual beli namun ia tetap bersikap yang demikian karena ia yakin bahwa rezeki Allah itu tiada batasnya.²³ Melaksanakan shalat yang merupakan kewajiban kita kepada Allah, maka kita dianjurkan untuk mencari karunianya, penghidupan atau keuntungan dalam berusaha atas nikmat dan rezeki yang diberikan, kita sebagai hamba hanya mampu bekerja dan berusaha untuk mendapatkan karunia Allah. Namun semuanya hanya kehendak Allah-lah segala sesuatu yang akan terjadi.²⁴

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas peneliti menyimpulkan dianjurkannya kita mencari penghidupan atau penghasilan untuk kesejahteraan hidup di dunia, bukan berarti segala usaha dapat kita raih, akan tetapi dalam mencari penghidupan dengan jalan-jalan yang baik dan sesuai dengan ajaran Islam, berlaku jujur dan tanpa ada kebohongan antara penjual dan pembeli, dan tidak ada sifat paksaan dalam kegiatan tersebut.

²³M. Dawam Rahardjo, *Op. Cit.*, hlm. 582.

²⁴Iwan Triyuwono, *Perspektif, Metodologi dan Teori Akuntansi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 317.

3. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan bagian yang penting, baik untuk perusahaan industri, perusahaan perdagangan maupun koperasi. Penjualan barang dagang oleh sebuah perusahaan biasanya hanya disebut “penjualan”, jumlah transaksi penjualan yang terjadi biasanya cukup besar dibandingkan dengan jenis transaksi yang lain. Penjualan akan diikuti penerimaan uang seperti halnya pembelian, penerimaan uang dari suatu penjualan, tergantung pada syarat jual beli yang telah ditetapkan. Di samping dari penjualan perusahaan mungkin menerima uang dari sumber-sumber lain, misalnya setoran modal pemilik, pinjaman, dan lain-lain.²⁵

Menurut Kasmir “penjualan merupakan jumlah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun dalam rupiah”.²⁶ Penjualan (*sales*) adalah jumlah yang dibebankan pada pelanggan atas barang terjual, baik penjualan kas maupun kredit. Baik *return* dan potongan penjualan, maupun diskon penjualan dikurangkan dari penjualan untuk menghasilkan penjualan bersih.²⁷

Beberapa definisi di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa penjualan adalah bentuk transaksi dengan diikuti oleh penerimaan sejumlah uang dari pembelian dan dengan memberikan barang ataupun jasa kepada pihak pelanggan. Besar kecilnya

²⁵Soemarso S. R., *Op. Cit.*, hlm. 161.

²⁶Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan.....*, *Op. Cit.*, hlm. 305.

²⁷James M. Reeve, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 280.

penjualan ini penting bagi perusahaan sebagai data awal dalam melakukan analisis.

Beberapa perusahaan hanya menjual barang dagangnya secara tunai, ada juga yang menjual secara kredit bahkan ada yang menjual secara tunai dan secara kredit.²⁸ Penjualan secara tunai dicatat sebagai debet pada akun kas dan kredit pada akun penjualan. Sementara itu, penjualan barang secara kredit dicatat sebagai debet akun piutang dan kredit akun penjualan. Setiap bukti transaksi penjualan biasanya disebut faktur penjualan (*sales invoice*).

Penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:²⁹

1) Faktor Harga Jual

Harga jual berasal dari dua kata yaitu harga dan jual. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya, harga adalah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan nilai yang dimaksud dari produk atau merek perusahaan. Produk yang

²⁸Soemarso, *Op. Cit.*, hlm. 164-165.

²⁹Jumingan, *Op. Cit.*, hlm. 166.

dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.³⁰

Harga jual adalah harga persatuan, unit atau per kilogram dan produk lainnya dijual di pasaran. Penyebab berubahnya harga jual adalah perubahan nilai harga jual per satuan, dalam kondisi tertentu, harga jual dapat naik namun dapat juga turun. Perubahan inilah yang menjadi penyebab perubahan laba kotor dari waktu ke waktu.³¹

2) Faktor Jumlah (Volume) Barang yang Dijual

Jumlah barang yang dijual artinya adalah jika kuantitas barang yang dijual lebih banyak, maka akan mempengaruhi peningkatan laba kotor. Demikian juga sebaliknya, jika kuantitas barang yang dijual sedikit maka akan mempengaruhi penurunan laba kotor. Volume barang yang dijual adalah salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan laba kotor.

b. Jenis-Jenis Penjualan

Penjualan dikelompokkan menjadi:³²

1) *Trade selling*

Trade Selling dapat terjadi bilamana produsen dan perdagangan besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, perdagangan, persediaan dan produk-produk baru.

³⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 67.

³¹Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan., Op. Cit.*, hlm. 306.

³²Basu Swastha, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: BPFE Anggota IKAPI, 1989), hlm. 11-12.

- 2) *Missionary Selling*
Missionary Selling penjualan usaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Wiraniaga lebih cenderung pada penjualan penyalur. Jadi, wiraniaga sendiri tidak menjual secara langsung produk yang ditawarkan.
- 3) *Technical Selling*
Technical Selling berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli dari barang dan jasanya. Dalam hal ini, tugas utama wiraniaga adalah mengidentifikasi masalah dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.
- 4) *New Business Selling*
New Business Selling berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh perusahaan asuransi.
- 5) *Responsive Selling*
Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama di sini adalah *route driving* dan *retailing*. Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus kepada pembelian ulang, contohnya para pengemudi menghantarkan susu, roti, gas untuk keperluan rumah tangga dan lain-lain.

Dari jenis-jenis penjualan di atas peneliti menyimpulkan bahwa setiap poin memiliki perbedaan dalam cara-cara menawarkan barang dan jasa yang dijual namun memiliki satu tujuan. Ada dengan cara agen ke agen, ada penjualan secara tidak langsung ada penjualan secara langsung.

c. Tahap-Tahap Penjualan

Salah satu aspek dalam penjualan adalah penjualan dengan bertemu muka, dalam hal ini tahap-tahap yang ditempuh oleh pihak penjual meliputi:³³

1) Persiapan sebelum penjualan.

Tahap pertama ini adalah tahap persiapan-persiapan kegiatan yang akan dilakukan yaitu mempersiapkan tenaga kerja/tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijual, pasar yang dituju dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan.

2) Penentuan lokasi pembeli potensial.

Penentuan lokasi dapat dilakukan melalui segmen pasar yang menjadi sasaran penjualan, dari lokasi ini dapat dibuat sebuah daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.

3) Pendekatan pendahuluan.

Sebelum melakukan penjualan, penjual harus melakukan tahap pendekatan pendahuluan yaitu dengan mempelajari semua masalah individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembeli. Selain itu mengetahui produk atau merk apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya. Serta berbagai informasi perlu

³³*Ibid.*, hlm. 122-124.

dikumpulkan untuk mendukung penawaran produk kepada pembeli.

4) Melakukan penjualan.

Penjualan dilakukan berawal dari suatu usaha untuk memikat perhatian konsumen, mengetahui daya tarik atau minat mereka. Jika minat mereka dapat diikuti maka akan munculnya keinginan untuk membeli.

5) Pelayanan purna jual.

Kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka. Biasanya kegiatan ini dilakukan untuk penjualan barang-barang industri seperti instalisasi barang konsumsi tahan lama.

d. Penjualan Dalam Perspektif Islam

Penjualan menurut perspektif Islam merupakan suatu kegiatan menukar barang dengan uang dengan suka rela diantaran kedua belah pihak (penjual dan pemeli) sesuai dengan ketentuan syaa'. Tujuan dari penjualan yaitu menjual dari apa yang telah dihasilkan.³⁴ Islam juga memandang harta sebagai perhiasan dunia, memaka harta orang lain dengan tidak rela pemiliknya dan tidak ada pula penggantinya yang layak. Larangan agar tidak menzalimi sesama kamu dari hasil jual beli yang tidak menurut syariat, sama

³⁴Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 68-69.

halnya membunuh diri sendiri³⁵. Allah berfirman dalam alquran surah *an-nisa* ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:”wahai orang-orang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu”.³⁶

Berdasarkan ayat yang bergaris bawah di atas larangan terhadap perolehan memakan harta dengan jalan yang batil, maksudnya harta merupakan sarana kehidupan, akan tetapi perolehan harta harus sesuai dengan tuntunan syariat yaitu perolehan harta dengan jalan perniagaan yang berdasarkan karelaan diantara kamu yang tidak melanggar ketentuan agama.³⁷

Penerapan akuntansi (*muhasabah*) atau pencatatan seluruh transaksi yang dilakukan selama bermuamalah, maka alquran memberikan rambu-rambuan dan prinsip umum yang harus diikuti dalam bermuamalah.³⁸ Prinsip umum atau muamalah telah mendapatkan pengakuan dan legalitas dari syara’ dan sah untuk

³⁵Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 12.

³⁶Departemen, *Op. Cit.*, hlm 83.

³⁷M. Quraish Shihabr, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur’an* (Jakarta: Lentera Hati, 1991), hlm. 391.

³⁸Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syaria’ah* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 61.

dioperasionalkan dalam praktik kehidupan sehari-hari, kewajiban bagi umat islam mukmin untuk menulis transaksi yang masih belum tuntas. Ayat ini menjelaskan tentang untuk keadilan, kebenaran dan pertanggung jawaban agar pihak yang terlibat dalam transaksi tidak ada yang dirugikan dan tidak menimbulkan konflik.³⁹

Kegiatan muamalah dalam kerangka bisnis memiliki makna utang piutang, utang piutang pada intinya adalah berhubungan langsung dengan transaksi dagang. Dalam konteks inilah alquran mengajarkan agar seluruh transaksi pinjam meminjam atau jual beli dilakukan penulisan transaksinya. Jika demikian maka akuntansi merupakan hal penting dalam setiap transaksi perdagangan atau perusahaan.⁴⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai bahan rujukan dalam penelitian, peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan orang lain sebelum penelitian ini dilakukan. Berdasarkan penelitian sebelumnya peneliti melihat kesamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan saat ini, agar tidak terjadi kesamaan keseluruhan dalam penelitian yang dilakukan.

Tabel. 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
----	--------------------	------------------	----------	------------------

³⁹Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Islam* (Jakarta: CV. Penerbit J-Art, 2005), hlm. 48.

⁴⁰Muhammad, *Pengantar Akuntansi.....Loc. Cit.*

1	Dian Meylina Sihaloho, (Skripsi Universitas Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi Medan, 2007).	Pengaruh Harga Jual Terhadap Margin Kotor (<i>gross Margin</i>) pada PT Perkebunan Nusantara IV	X: Harga Jual Y: Margin Kotor (<i>Gross Margin</i>)	Hasil regresi linier menunjukkan variabel harga jual minyak sawit tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap margin kotor minyak sawit. Dan variabel harga jual inti sawit tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap margin kotor inti.
2	Riska Olivia Febriana, (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, 2013).	Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Laba Kotor pada PT PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor	X : Efisiensi Biaya Produksi Y : Laba Kotor	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh efisiensi biaya produksi secara signifikan terhadap laba kotor PT PINDAD (persero) Divisi Tempa dan Cor.
3	Arief Darmawan dan Rifki Alifka (Jurnal, Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011).	Analisis Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Kotor PT Gajah Tunggal Tbk	X: Harga Pokok Penjualan Y: Laba Kotor	Hasil penelitian disimpulkan bahwa harga pokok penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba kotor.
4	Susanti Kusumo Sari (Skripsi, University Gunadarma Depok).	Analisis Volume Penjualan, Harga Jual dan Harga Pokok Pejualan Minyak Kelapa Sawit Terhadap Laba Kotor pada PT. Triputra Agro Persada.	X ₁ : Volume Penjualan X ₂ : Harga Jual Y: Laba Kotor	Hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpilkan bahwa volume penjuala, harga jual dan harga pokok ppenjualan berpengaruh terhadap laba kotor .
5	Mufrida Warni dan Chumairoh (Jurnal, Jurusan Akuntansi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012).	Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Kotor PT. Nipon Indosari Corpindo Tbk (Sari Roti).	X ₁ : Penjualan Bersih Y: Laba Kotor	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh penjualan terhadap laba kotor mempunyai pengaruh yang signifikan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama

Dian Meylina Sihaloho adalah pada variabel X, sama-sama meneliti tentang

faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor, dan pada variabel Y yaitu tentang laba kotor (*gross margin*). Kemudian merupakan regresi sederhana yaitu terdiri dari dua variabel yaitu X dan variabel Y. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Dian Meylina Sihaloho tersebut tempat penelitiannya adalah pada PT. Perkebunan Nusantara IV, sedangkan penelitian ini dilakukan di PT. Mahaka Media Tbk, kemudian variabel X pada penelitiannya adalah harga jual, variabel Y yaitu margin kotor (*gross margin*)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Riska Olivia Febriana adalah sama-sama melakukan penelitian regresi sederhana terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y, kemudian pada variabel Y meneliti tentang laba kotor. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Riska Olivia Febriana tersebut tempat penelitiannya adalah pada PT. PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor, kemudian pada variabel X adalah efisiensi biaya produksi sedangkan penelitian ini pada variabel X yaitu penjualan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Arief Darmawan dan Rifki Alifka adalah sama-sama melakukan penelitian regresi sederhana terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y, kemudian pada variabel Y meneliti tentang laba kotor, dan sama-sama meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Arief Darmawan dan Rifki Alifka tersebut tempat penelitiannya adalah pada PT. Gajah Tunggal Tbk, kemudian pada variabel X yaitu tentang harga pokok penjualan sedangkan penelitian ini variabel X adalah penjualan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Susanti Kusumo Sari adalah meneliti tentang volume penjualan, harga jual pada variabel X dan laba kotor pada variabel Y. Harga jual dan volume penjualan merupakan faktor yang mempengaruhi penjualan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitiannya terdiri dari tiga variabel yaitu dua variabel X dan satu variabel Y, dan pada lokasi penelitiannya yaitu di PT. Triputra Agro Persada Tbk.

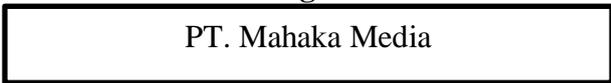
Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas mana Mufrida Warni dan Chumairoh yaitu pada variabel Y sama-sama meneliti tentang laba kotor dan variabel X sama-sama meneliti tentang penjualan. Sedangkan perbedaannya penelitian Mufrida Warni dan Chumairoh adalah lokasi penelitiannya pada PT. Nipon Indosari Corpindo Tbk.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sintesa dari serangkaian yang tertuang dari tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi dan alternatif dan serangkaian masalah yang ditetapkan.⁴¹

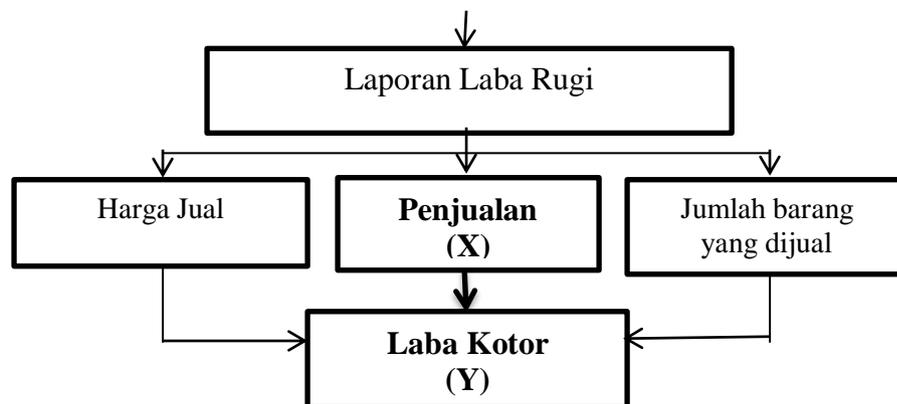
Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan di atas, maka kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



PT. Mahaka Media

⁴¹Abdul Hamid, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 26.



Dalam penelitian ini variabel bebas yaitu penjualan sedangkan variabel terikat adalah laba kotor, dari laporan laba rugi PT. Mahaka Media Tbk terdapat laporan penjualan dan laba kotor. Kemudian dari beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor salah satunya adalah penjualan. Penjualan dipengaruhi oleh faktor harga jual dan faktor jumlah barang yang dijual, kedua faktor tersebut juga merupakan faktor yang mempengaruhi laba kotor. Jika penjualan meningkat maka akan berpengaruh terhadap peningkatan laba kotor perusahaan, demikian juga sebaliknya jika penjualan menurun akan mempengaruhi penurunan laba kotor. Sama halnya dengan harga jual, harga jual dapat ditetapkan dari jumlah barang yang dijual jika terjadi peningkatan harga maka permintaan menurun dan laba kotor akan ikut menurun.

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri atas akar kata “*hypo*” dan “*thesis*”. “*hypo*” berarti kurang dari dan “*thesis*” berarti pendapat, dengan demikian hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat,

jawaban atau dugaan yang bersifat sementara dari suatu persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan lebih lanjut.⁴²

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁴³ Berdasarkan paparan kerangka pemikiran dan permasalahan tersebut di atas, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan terhadap laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan terhadap laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015.

⁴²Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 58.

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm. 51.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan pada PT. Mahaka Media Tbk, yaitu salah satu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2016 sampai bulan Juni 2016.

Peneliti memilih PT. Mahaka Media Tbk sebagai lokasi penelitian karena PT. Mahaka Media Tbk merupakan salah satu perusahaan media yang pertama sekali terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan perusahaan ini memiliki perkembangan yang cukup signifikan.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data-data dan diukur dalam satuan *numerik* (angka).¹ Analisis deskriptif adalah kegiatan menyimpulkan data mentah dalam jumlah yang besar sehingga hasilnya dapat ditafsirkan, atau aktivitas untuk menggambarkan pola-pola yang konsisten dalam data, sehingga hasilnya dapat dipelajari dan ditafsirkan secara singkat dan penuh makna.² Penelitian ini adalah penelitian yang dilaksanakan untuk menambah pengetahuan dengan menggunakan laporan keuangan sebagai alat untuk

¹Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 145.

²*Ibid.*, hlm. 192.

mengetahui pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah merujuk pada sekumpulan orang atau keseluruhan objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Populasi yang akan diteliti harus diidentifikasi dengan jelas sebelum penelitian dilakukan.³

Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan yaitu laporan laba rugi dengan melihat hasil penjualan dan laba kotor yang dihasilkan tiap tahunnya oleh PT. Mahaka Media Tbk sejak tahun 2008 sampai tahun 2015.

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi.⁴ Adapun sampel pada penelitian ini adalah selama delapan tahun yaitu dari tahun 2008-2015, dengan laporan laba rugi per triwulannya sebanyak 32 sampel, karena sudah dianggap mewakili (*representative*) untuk dilakukan penelitian. Unit penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penjualan, ukuran sampelnya menggunakan data hasil penjualan dan laba kotor menggunakan data laporan laba rugi perusahaan.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan cara *judgement sampling* atau *purposive sampling* ini peneliti melakukan

³Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 161.

⁴*Ibid.*, hlm. 117.

pengumpulan datanya atas dasar strategi kecakapan atau pertimbangan pribadi semata. Tujuan penggunaan metode *purposive sampling* yaitu sampel diambil berdasarkan tujuan tertentu atau sampel yang dipilih memiliki kriteria yang dapat mewakili populasi. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah: “Laporan penjualan dan laba kotor secara triwulan PT. Mahaka Media Tbk pada periode 2008-2015”.

D. Sumber Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari www.idx.co.id yaitu data yang dipublikasikan oleh PT. Mahaka Media Tbk. Data yang digunakan berupa data sekunder yaitu dengan memanfaatkan data yang sudah ada. Data tersebut adalah data laporan laba rugi dengan melihat jumlah penjualan dan hasil laba kotor PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015 secara triwulan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada dasarnya merupakan suatu kegiatan operasional agar tindakannya masuk pada penelitian yang sebenarnya.⁵ Instrumen pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan memanfaatkan data yang sudah diolah atau dengan menggunakan data sekunder. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau laporan yang telah tersedia.⁶ Data sekunder yang digunakan dalam bentuk data berkala (*time series*). Data berkala adalah data yang terkumpul dari

⁵Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hlm. 37.

⁶Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 91.

waktu ke waktu untuk memberikan gambaran perkembangan suatu kegiatan dan keadaan.⁷

Dokumentasi bertujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian dengan cara menghimpun literatur, referensi, serta data hasil olahan PT. Mahaka Media Tbk yaitu data laporan laba rugi triwulan PT. Mahaka Media Tbk tahun 2008-2015 yang ada kaitannya dengan penelitian. Kemudian peneliti melakukan penelitian kepustakaan untuk memperoleh teori dari berbagai literatur, dari buku, jurnal, pengetahuan, dan informasi yang relevan dengan penelitian ini yang dapat dijadikan pegangan dalam penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, kemudian menganalisis data dari yang sudah ada pada tahap hasil pengolahan data.⁸ Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. Dalam pengolahan analisis statistik ini peneliti menggunakan SPSS (*statistical product and service solution*) versi 22. SPSS merupakan program aplikasi yang populer digunakan dalam analisis data. Adapun tahap-tahap analisis data sebagai berikut:

⁷Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 20.

⁸Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 184.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data, sampel atau populasi tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, histogram, serta penjelasan kelompok melalui *modus*, *median*, *mean*, serta variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku.⁹

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah nilai residual data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residu berdistribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% atau 0.05, dan data berdistribusi tidak normal jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau 5%.¹⁰ Serta data variabel yang baik adalah data yang memiliki bentuk kurva dengan kemiringan sisi kiri sisi kanan dan tidak condong ke kiri maupun ke kanan melainkan ke tengah dengan bentuk lonceng. Serta memiliki grafik yang dilihat dengan penyebaran data pada sumber diagonal.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm. 21

¹⁰Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Median Kom, 2008), hlm. 28.

3. Uji Linieritas

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas dapat dilakukan dengan cara melihat signifikan yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$, maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.¹¹

4. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara antara satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y), analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah positif atau negatif, dan memprediksi apabila nilai variabel mengalami kenaikan atau penurunan.¹² Regresi sederhana adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel apakah naik atau menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui kenaikan atau menurunkan keadaan variabel independen.¹³ Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional

¹¹*Ibid.*, hlm. 36.

¹²*Ibid.*, hlm. 66.

¹³Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 243.

ataupun kausal satu variabel independen dan satu variabel dependen.¹⁴

Persamaan umum regresi sederhana penelitian adalah:

$$LK = \alpha + \beta Pnjln + e$$

LK = Laba Kotor

Pnjln = Penjualan

α = Nilai konstan

β = Koefisien arah regresi

e = *Error term*

Nilai α dan β diperoleh melalui metode kuadrat terkecil biasa (*methode of least squares*). Tujuan dilakukannya analisis regresi sederhana adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (penjualan) terhadap variabel terikat (laba kotor).

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dalam regresi sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat atau menunjukkan seberapa besar variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Ketentuan uji R^2 adalah jika R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sumbangan yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat, atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model tidak mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka sumbangan yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sempurna, atau variasi variabel bebas

¹⁴*Ibid.*, hlm. 204

yang digunakan dalam model mampu menjelaskan 100% variasi variabel terikat.

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi (R) sebagai berikut:¹⁵

0,000 – 0,1999	Sangat Rendah
0,020 – 0,3999	Rendah
0,40 – 0,5999	Sedang
0,60 – 0,7999	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

6. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji signifikansi dilakukan untuk menguji besar atau kuatnya hubungan antara variabel yang di uji sama. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$ atau 5%, karena dianggap cukup ketat untuk mewakili hubungan antara variabel dan merupakan tingkat signifikansi yang umum digunakan dalam penelitian ilmu-ilmu sosial.

Dasar pengambilan kesimpulan uji hipotesis adalah:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka, H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, H_a diterima dan H_0 ditolak.

¹⁵DWi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 79.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Mahaka Media Tbk

Objek penelitian ialah PT. Mahaka Media Tbk yaitu sebuah perusahaan media *multiplatform* yang membuat, menjual, mengumpulkan dan mendistribusikan konten-konten komunikasi atau perusahaan yang bergerak dibidang penerbitan surat kabar. PT. Mahaka Media Tbk (perseroan) didirikan di Jakarta dengan nama PT. Abdi Bangsa pada tanggal 28 November 1992 dengan Akta No. 229, kemudian diubah dengan Akta No.157 tanggal 17 Desember 1992, yang keduanya dibuat dihadapan Ny. S.P. Henny Shidki, S.H., Notaris di Jakarta dan telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat keputusan No. C2-10310.HT.01.01.TH.92 tanggal 19 Desember 1992 serta diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia No.9/1993 tanggal 29 Januari 1993.¹

Pada tanggal 4 Januari 1993, Persero mendirikan harian Republika, surat kabar pertama bagi komunitas Muslim di Indonesia. Pada Rapat Umum Pemegang Saham Biasa (RUPSLB) tanggal 4 Mei 2010, nama PT. Abdi Bangsa Tbk berusaha menjadi PT. Mahaka Media Tbk dan telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI berdasarkan keputusan No. AHU-24811 AH.01.02 tahun

¹Riwayat Singkat PT Mahaka Media ([www. PT Mahaka Media annual Report.com/](http://www.PT.MahakaMedia.com/), diakses 20 Mei 2016 pukul 09.20 WIB).

2010, pada tanggal 17 Mei 2010. Semenjak pendirian perseroan anggaran dasar perseroan telah beberapa kali mengalami perubahan. Adapun perubahan terakhir adalah berdasarkan Akta Penegasan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) No. 25 tanggal 17 Juni 2015 yang dibuat oleh notaris Zulkifli, S.H., notaris di Jakarta, dengan daftar perseroan Nomor AHU.AH.01.03-0943079 tanggal 18 Juni 2015.²

Tahun 2002 merupakan tahun penting dalam sejarah berdirinya PT. Mahaka Media Tbk, dimana perusahaan ini pertama kali mencatat sahamnya sebagai PT. Abdi Bangsa Tbk pada tanggal 3 April 2002 di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan menjadi perseroan publik. Pada tahun 2003, Mahaka Media mulai mengawali perkembangannya sebagai sebuah Induk Perusahaan Multi Media (*Multi Media Holding Company*) dengan membawahi 2 (dua) unit perusahaan yaitu PT. Pustaka Abdi Bangsa dan PT. Republika Media Mandiri.³

Kemudian pada tanggal 29 September 2004 perkembangan Mahaka Media Tbk menjadi lebih luas, dengan mengakuisi seluruh kepemilikan PT. Indopac Usaha Prima di beberapa perusahaan lain seperti PT. Mahaka Visual Indonesia yang bergerak dibidang animasi dan PT. Avabanindo Perkasa yang bergerak dalam media iklan luar ruangan, sehingga memperkuat kedudukan perseroan menjadi perusahaan induk Multi Media. Pada tahun 2014, Mahaka Media Tbk kembali memperluas

²*Ibid.*

³*Ibid.*

perkembangan bisnisnya dengan melakukan pengambilalihan sebagian saham (akuisi) PT. Kalyanamitra Mahardika (*Card Plus*).⁴

Sejalan dengan perkembangan usahanya, kini PT. Mahaka Media Tbk telah menjadi induk perusahaan multi media dengan unit-unit usaha seperti surat kabar, majalah, penerbit buku, televisi, radio, media luar ruangan serta media digital. Setiap unit bisnis tersebut berhasil membangun kekuatan dari masing-masing karakter produk, seperti harian *Republika* sebagai surat kabar Muslim terbesar di Indonesia, *Golf Digest Indonesia* sebagai Majalah Golf nomor 1 di Indonesia, *Jak TV* sebagai stasiun TV lokal Jakarta, serta *Gen FM* sebagai radio nomor 1 di Jakarta dengan jumlah pendengaran terbanyak. Seluruh pencapaian PT. Mahaka Media Tbk telah melengkapi Mahaka Media Tbk sebagai induk perusahaan multi media terintegrasi, kuat dan terus berkembang.⁵

2. Visi dan Misi PT. Mahaka Media Tbk

Visi: “Menjadi perusahaan media terintegrasi yang terdepan di Indonesia atau (*The Leading Integrated Media Company In Indonesia*)”.

Misi: “Menciptakan serta mendistribusikan informasi dan hiburan kepada konsumen secara terintegrasi atau (*Create And Deliver Integrated Content For The Consumer*)”.⁶

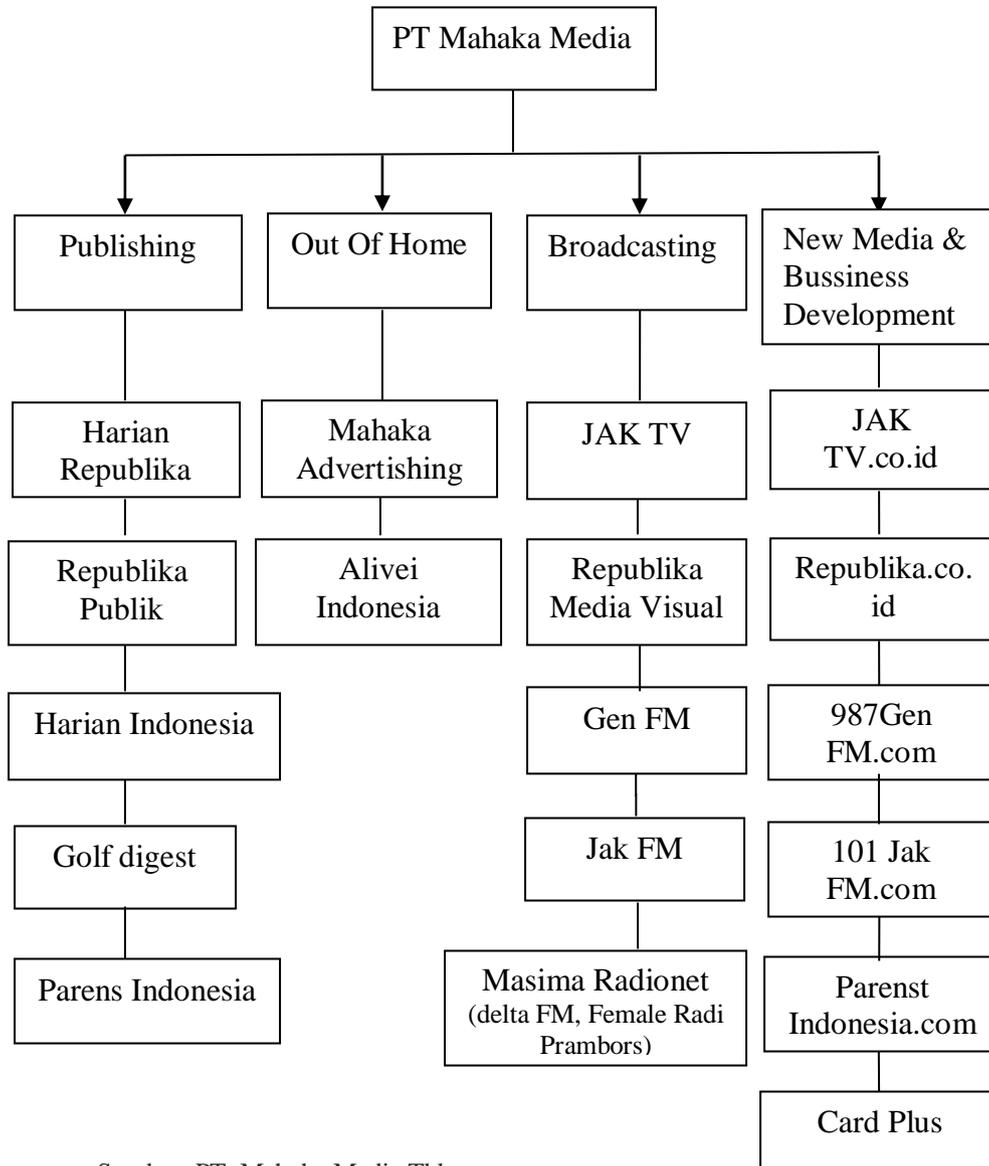
⁴*Ibid.*

⁵*Ibid.*

⁶*Ibid.*

3. Bidang Usaha PT. Mahaka Media Tbk

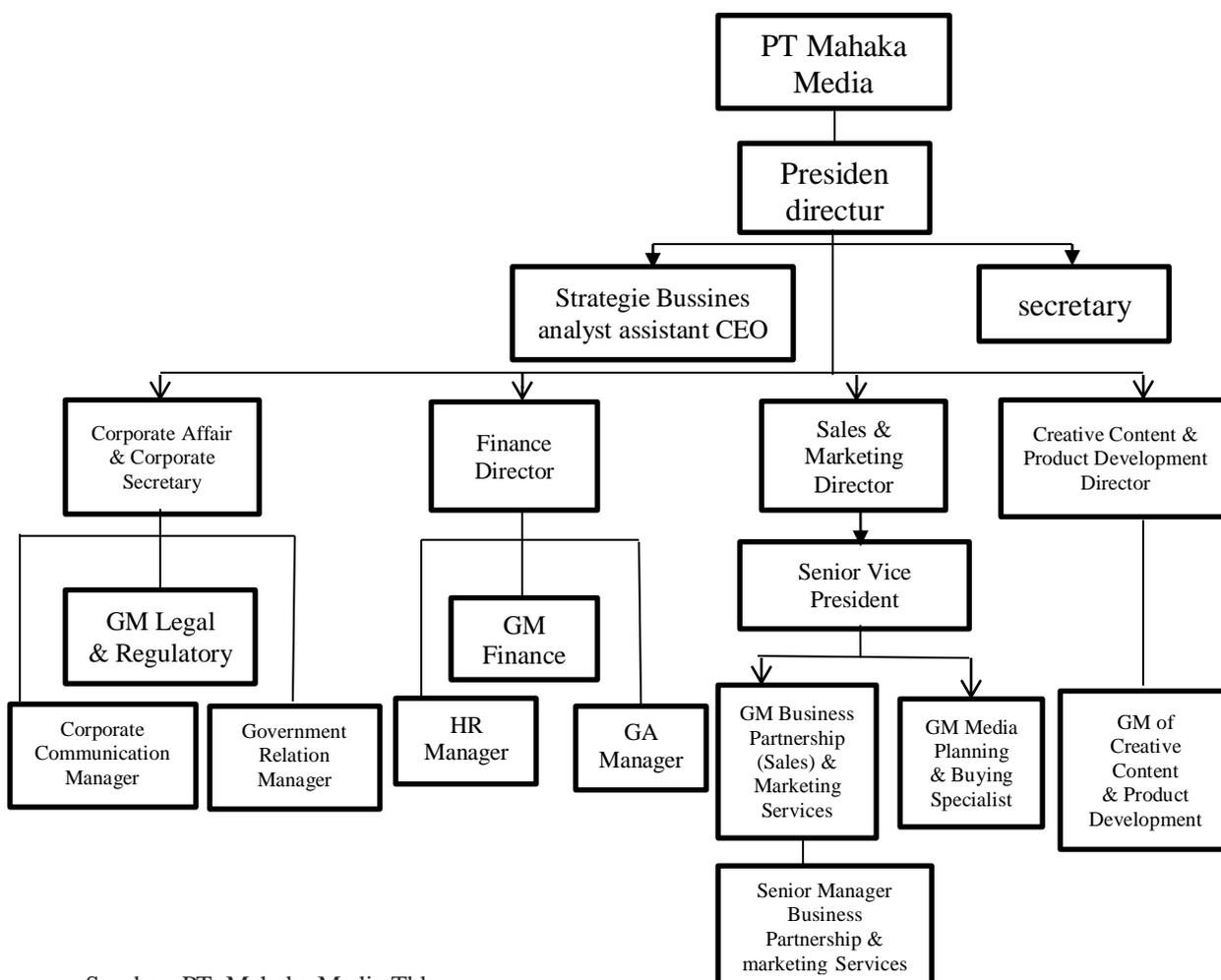
Gambar 4.1
Bidang Usaha PT. Mahaka Media Tbk.



Sumber: PT. Mahaka Media Tbk

4. Struktur Organisasi PT. Mahaka Media Tbk

Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT. Mahaka Media



Sumber: PT. Mahaka Media Tbk

B. Deskripsi Data Penelitian

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari laporan keuangan publikasi PT. Mahaka Media Tbk yang diakses dari website resmi PT. Mahaka Media Tbk yaitu www.MahakaMedia.com. Data yang digunakan berupa laporan keuangan dan laporan laba rugi secara triwulan yang akan digunakan untuk melihat nilai penjualan dan laba kotor perusahaan. Data penelitian sbb:

1. Penjualan PT. Mahaka Media

Berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan oleh PT. Mahaka Media Tbk, dilihat dari data laporan laba rugi perusahaan tersebut, maka data yang didapatkan bahwa hasil penjualan PT. Mahaka Media Tbk mulai tahun 2008-2015 adalah sebagai berikut:

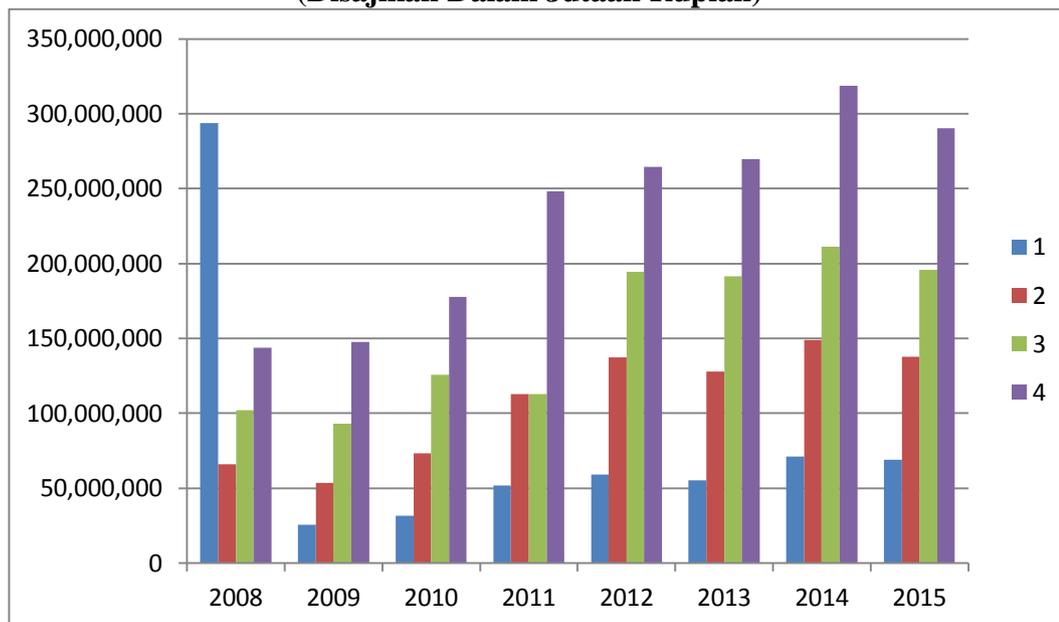
Tabel 4.1
Data Penjualan Periode 2008-2015 secara triwulan
(Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan			
	1	2	3	4
2008	Rp 29.360.292	Rp 66.013.056	Rp 102.093.131	Rp 143.886.308
2009	Rp 25.442.109	Rp 53.398.357	Rp 92.904.429	Rp 147.595.013
2010	Rp 31.498.007	Rp 73.419.707	Rp 125.891.554	Rp 177.756.575
2011	Rp 51.792.577	Rp 112.989.915	Rp 112.989.915	Rp 248.135.253
2012	Rp 59.166.810	Rp 137.453.664	Rp 194.282.977	Rp 264.525.408
2013	Rp 55.183.041	Rp 128.058.345	Rp 191.552.103	Rp 269.553.029
2014	Rp 71.050.615	Rp 148.948.143	Rp 211.199.228	Rp 318.915.901
2015	Rp 69.077.590	Rp 137.693.689	Rp 195.753.524	Rp 290.556.699

Sumber: PT Mahaka Media Tbk

Berdasarkan dari tabel 4.1 dan bahwa pada tahun 2008-2014 hasil penjualan dari triwulan 1 sampai triwulan 4 selalu mengalami peningkatan hingga mencapai Rp 318.915.901 pada triwulan 4 tahun 2014. Namun pada tahun 2015 hasil penjualan mengalami penurunan sehingga pada triwulan 1 jumlah penjualannya sebesar Rp 69.077.590, angka ini mengaitkan pada triwulan 2 sebesar Rp 137.693.689 dan triwulan 3 sebesar Rp 195.753.524 dan triwulan 4 yaitu sebesar Rp 290.556.699. Penurunan ini memang tidak sebanding dengan pencapaian pada triwulan 4 tahun 2014. Untuk lebih jelas aktualiti data penjualan PT. Mahaka Media dapat dilihat pada grafik berikut.

Grafik 4.1
Data Penjualan Periode 2008-2015 secara triwulan
(Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)



2. Laba Kotor PT. Mahaka Media Tbk

Berdasarkan dari laporan keuangan yang dipublikasikan oleh PT. Mahaka Media Tbk, bahwa jumlah laba kotor yang dihasilkan dilihat dari data laporan laba rugi perusahaan. Dengan demikian dari data yang didapatkan bahwa hasil laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk mulai Periode 2008-2015 secara triwulan adalah sebagai berikut:

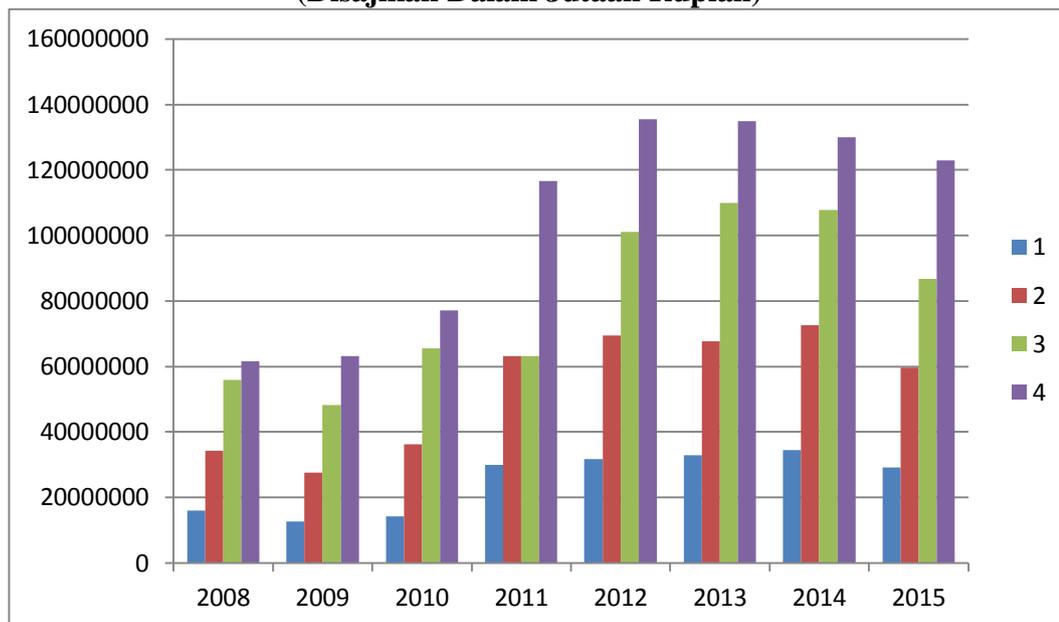
Tabel 4.2
Data Laba Kotor Tahun 2008-2015 secara triwulan
(Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan			
	1	2	3	4
2008	Rp 15.950.930	Rp 34.336.319	Rp 55.918.389	Rp 61.646.878
2009	Rp 12.654.625	Rp 27.604.479	Rp 48.210.292	Rp 63.117.585
2010	Rp 14.323.541	Rp 36.143.901	Rp 65.448.230	Rp 77.129.904
2011	Rp 29.933.241	Rp 63.130.818	Rp 63.130.818	Rp 116.538.297
2012	Rp 31.736.740	Rp 69.434.348	Rp 101.097.126	Rp 135.430.592
2013	Rp 32.872.176	Rp 67.741.958	Rp 109.902.239	Rp 134.827.025
2014	Rp 34.537.036	Rp 72.632.812	Rp 107.785.207	Rp 129.964.189
2015	Rp 29.181.612	Rp 59.592.341	Rp 86.726.851	Rp 122.881.134

Sumber: PT Mahaka Media Tbk

Berdasarkan dari tabel 4.2 laba kotor perusahaan di atas tahun 2008 dari triwulan 1 sampai triwulan 4 selalu meningkat mencapai sebesar Rp 61.646.878. Kemudian pada tahun 2009 triwulan 1 sampai triwulan 4 sebesar Rp 63.117.585 sama halnya pada tahun 2010 triwulan 1-4 juga meningkat, tahun 2011 laba kotor juga meningkat sebesar Rp 116.538.297 tahun 2012 laba kotor pada triwulan 1-4 adalah sebesar Rp 135.430.592. Tahun 2013 laba kotor yang dihasilkan terus meningkat sampai mencapai sebesar Rp 134.827.025. Pada tahun 2014 laba kotor triwulan 1 sampai triwulan 3 selalu meningkat, dan laba kotor perusahaan pada triwulan 4 tahun 2014 mengalami penurunan sebesar Rp 129.964.189 kemudian tahun terakhir tahun 2015 laba kotor triwulan 1 sampai triwulan 3 meningkat yaitu Rp 86.726.851 akan tetapi mengalami penurunan di triwulan 4 tahun 2015 sebesar Rp 122.881.134. Penurunan laba kotor yang terjadi pada tahun terakhir tidak sebanding dengan pencapaian laba kotor di tahun 2014 triwulan 4. Untuk lebih jelasnya data laba kotor PT. Mahaka Media dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

Grafik 4.2
Data Laba Kotor Periode 2008-2009 secara triwulan
(Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)



C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan publikasi laporan keuangan PT. Mahaka Media maka peneliti menggunakan 32 data penjualan dan laba kotor, yaitu berupa data triwulan. Berikut hasil statistik deskriptif data penelitian.

Tabel. 4.3
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penjualan	32	25442109	318915901	143824362.34	83513819.120
Laba Kotor	32	12654625	135430592	65986301.03	37142493.720
Valid N (listwise)	32				

Dari tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa variabel penjualan dengan jumlah data (N) sebanyak 32, memiliki nilai rata-rata Rp 143824362,34 nilai paling rendah penjualan adalah Rp 25442109 dan

tertinggi sebesar Rp 318915901 sedangkan standar deviasinya adalah sebesar Rp 83513819,120.

Variabel laba kotor dengan jumlah data (N) sebanyak 32 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 65986301,03 dengan nilai paling rendah laba kotor adalah sebesar Rp 12654625 dan nilai tertinggi adalah sebesar Rp 135430592 sedangkan standar deviasinya adalah sebesar Rp 37142493,720.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data bisa dikatakan normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Berikut uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (KS).

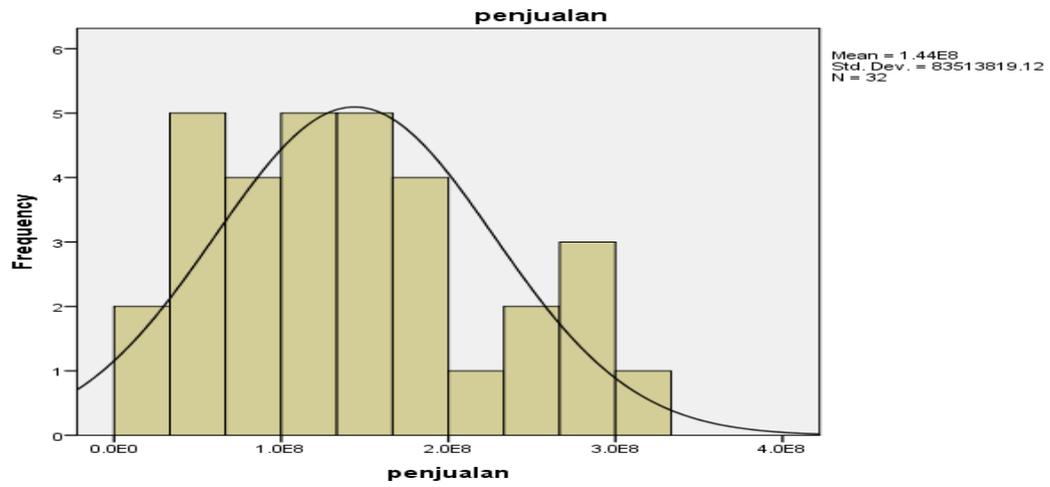
Tabel 4.4
Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Penjualan	.132	32	.170	.936	32	.056
Laba Kotor	.133	32	.161	.930	32	.038

a. Lilliefors Significance Correction

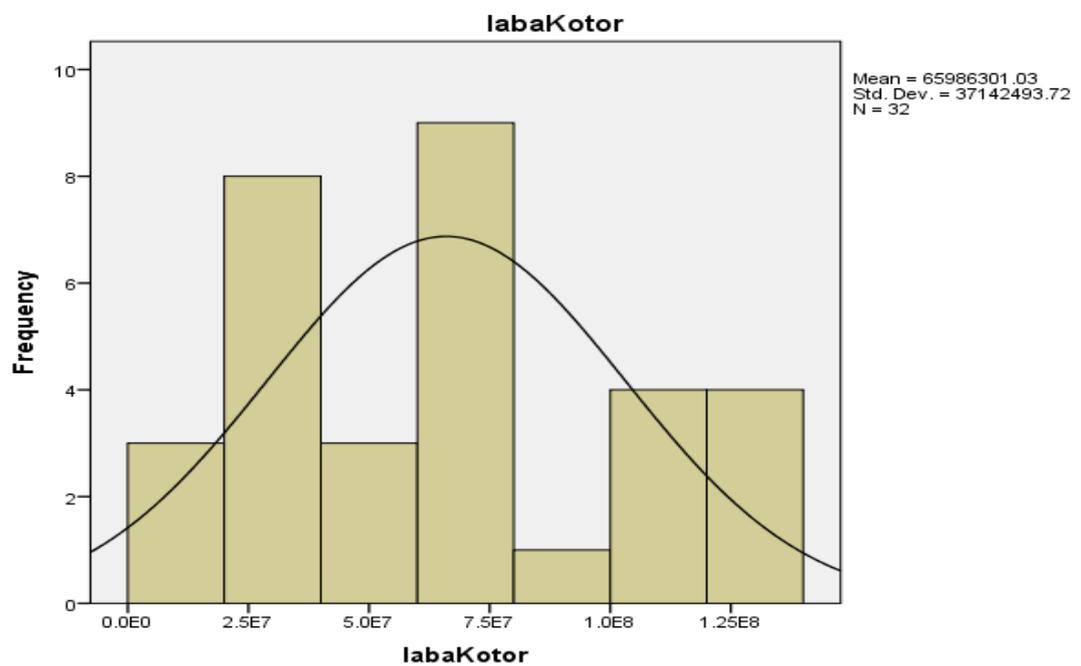
Berdasarkan hasil tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan kolmogorov-Smirnov untuk penjualan sebesar 0,170 dan untuk laba kotor sebesar 0,161. Oleh karena nilai signifikansi kedua variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Sementara itu, jika uji normalitas dilihat berdasarkan grafik histogram, maka hasilnya seperti gambar berikut:

Gambar 4.3
Histogram Variabel Penjualan



Berdasarkan gambar 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa histogram variabel penjualan berbentuk seperti lonceng. Artinya distribusi data adalah normal atau mendekati normal.

Gambar 4.4
Histogram Variabel Laba Kotor



Berdasarkan gambar 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa histogram variabel laba kotor berbentuk seperti lonceng. Artinya distribusi data adalah normal atau mendekati normal.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut uji linearitas yang dilakukan dengan melihat nilai signifikan.

Tabel 4.5
Uji Linieritas

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Laba Kotor * Penjualan	Between (Combined) Groups	7301667722194 9888.000	29	25178164559 29306.000	10275753314 67.934	.000
	Linearity	1748039171648 967.000	1	17480391716 48967.000	71341257898 1.315	.000
	Deviation from Linearity	7126863805030 0920.000	28	25453085017 96461.000	10387954297 71.028	.000
	Within Groups	4900.500	2	2450.250		
Total		7301667722195 4784.000	31			

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada linierity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05. Artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel penjualan dengan variabel laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk.

4. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan dua yaitu satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Berikut adalah hasil uji regresi linier sederhana penelitian.

Tabel 4.6
Uji Analisis Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13852607.394	7793875.276		1.777	.086
Penjualan	.362	.047	.815	7.704	.000

a. Dependent Variable: Laba Kotor

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang ditunjukkan pada tabel 4.6 di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk ialah:

$$LK = \alpha + \beta \text{ Pnjln} + e$$

$$\text{Laba kotor} = 13852607,394 + 0,362 \text{ Pnjln} + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- Konstanta Rp 13852607,394 artinya jika penjualan nilainya adalah 0 maka laba kotor hanya sebesar Rp 13852607,394.
- Koefisien regresi penjualan sebesar 0,362 artinya jika penjualan mengalami kenaikan Rp.1 maka laba kotor akan meningkat sebesar Rp.0,362. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara penjualan dengan laba kotor, semakin tinggi penjualan maka semakin tinggi laba kotor.

5. Uji Koefisien Determinasi R^2

Uji koefisien determinan (R^2) bertujuan untuk mengukur besarnya proporsi atau persentase variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila R^2 semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin besarnya kontribusi variabel terikat dan bila R^2 semakin kecil mendekati 0 maka dapat dikatakan semakin kecilnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut uji koefisien determinasi (R^2) penelitian.

Tabel 4.7
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.653	21876828.663

a. Predictors: (Constant), Penjualan

b. Dependent Variable: Laba Kotor

Dari tabel 4.7 di atas diperoleh nilai R sebesar 0,815 hal ini menunjukkan terjadi hubungan yang kuat antara penjualan terhadap laba kotor. Sedangkan diketahui koefisien determinasi R^2 (*R Square*) sebesar 0,664 atau (66,4%). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi sumbangan pengaruh variabel bebas (penjualan) terhadap variabel terikat (laba kotor) sebesar 66,4%. Atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 66,4%. Sedangkan sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

6. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk menguji besar atau kuatnya hubungan antara variabel bebas (penjualan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (laba kotor).

Tabel 4.8
Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13852607.394	7793875.276		1.777	.086
Penjualan	.362	.047	.815	7.704	.000

a. Dependent Variable: Laba Kotor

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} = 7,704$ dan $t_{tabel} = 1,697$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,704 > 1,697)$ maka H_0 ditolak. Tabel distribusi T dicari pada $\alpha = 5\%$: uji 1 sisi = 0,05 dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $32-1-1=30$ (n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel bebas). Dengan pengujian 1 sisi (signifikansi = 0,05) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,697 (lihat pada lampiran tabel t taraf signifikan 0,05). Sementara itu, berdasarkan nilai signifikan penjualan ditunjukkan dengan nilai 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05. Kemudian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan terhadap laba kotor PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Adapun penelitian ini berjudul pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015. Penjualan adalah jumlah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit maupun rupiah. Sedangkan laba kotor adalah laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan, atau selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan disebut juga laba kotor karena jumlahnya masih harus dikurangi dengan beban-beban usaha. Penyebab besar kecilnya perolehan laba kotor dipengaruhi oleh faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan. Kemudian penjualan dipengaruhi oleh harga jual dan jumlah barang yang dijual. Apabila kuantitas barang yang dijual meningkat maka laba kotor juga ikut meningkat, demikian juga sebaliknya jika kuantitas barang yang dijual menurun maka laba kotor akan ikut menurun.

Setelah melakukan berbagai analisis data maka dapat dinyatakan bahwa persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif. Berdasarkan hasil uji normalitas dalam kolom *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat diketahui nilai dari kedua variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Berdasarkan uji t yang dilakukan peneliti pada pengujian analisis data menggunakan SPSS versi 22, dengan melihat dari hasil *output* dapat mengetahui pengaruh penjualan terhadap laba kotor. Dengan pengambilan keputusan, jika t_{hitung} memiliki jumlah yang lebih besar dari t_{tabel} dapat disimpulkan adanya pengaruh penjualan terhadap laba kotor. Hasil yang didapatkan adalah penjualan memiliki t_{hitung} sebesar $7,704 > t_{tabel}$ sebesar

1,697. Hal ini dapat diartikan bahwa penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba kotor PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015.

Teori ini didukung oleh buku Analisis Laporan Keuangan oleh Kasmir dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan dijelaskan dalam bab dua. Sama halnya teori ini didukung juga oleh buku Analisis Laporan Keuangan oleh Jumingan yang dijelaskan pada bab dua.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Mufrida Warni dan Chumairoh yang menyatakan bahwa penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap laba kotor. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Susanti Kusumo Sari yang menyatakan bahwa pengaruh volume penjualan, harga jual dan harga pokok penjualan terhadap laba kotor memiliki pengaruh yang mana jika semakin tinggi nilai dari ketiga variabel tersebut maka laba kotor juga akan ikut meningkat.

Teori ini didukung oleh pakar ekonomi M. Daman Rahardjo dalam bukunya yang berjudul Ensiklopedia Al-Qur'an Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep-Konsep Islam yang membahas tentang laba, yang telah dijelaskan dalam bab dua.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini disusun dengan langkah-langkah yang sedemikian agar penelitian dan penulisan memperoleh hasil yang sebaik mungkin. Namun dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini mendapatkan kendala yang tidaklah kecil, sebab dalam penelitian dan penyelesaian skripsi ini terdapat beberapa keterbatasan.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Keterbatasan wawasan dan pengetahuan yang masih kurang.
2. Keterbatasan tenaga, waktu dan dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.

Walaupun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Dengan kerja keras dan bantuan segala pihak agar skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya mengenai pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015. Maka, kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

Diperoleh nilai R sebesar 0,815 hal ini menunjukkan terjadi hubungan yang kuat antara penjualan terhadap laba kotor. Sedangkan diketahui koefisien determinasi R^2 (*R Square*) sebesar 0,664 atau (66,4%). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi sumbangan kontribusi variabel bebas (penjualan) terhadap variabel terikat (laba kotor) sebesar 66,4%. Atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 66,4%. Sedangkan sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh bahwa $t_{hitung} = 7,704$ dan $t_{tabel} = 1,697$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($7,704 > 1,697$) maka H_0 ditolak. Sementara itu, berdasarkan nilai signifikan penjualan ditunjukkan dengan nilai 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05. Kemudian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan terhadap laba kotor PT. Mahaka Media Tbk periode 2008-2015.

B. Saran-Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas adalah:

1. Bagi Investor

Banyak faktor yang mempengaruhi perubahan laba kotor perusahaan selain dari faktor penjualan masih ada faktor yang lain. Bagi para pengambil keputusan harus melihat faktor lain selain dari faktor penjualan agar lebih akurat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya agar memperbanyak variabel bebas dan memperbanyak sampel penelitian agar hasil yang didapatkan lebih maksimal dan lebih akurat. Kemudian memperhatikan fenomena permasalahan yang terjadi pada laporan keuangan perusahaan yang akan diteliti.

Daftar Pustaka

Sumber AL-Quran

Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan*, Jakarta: Gema Insani Perss, 2007.

Sumber Buku

Abdul Hamid, *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005.

Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPFE Anggota IKAPI, 1989.

Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Median Kom, 2008.

Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Total Media, 2009.

Harahap, Sofyan Syafri, *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010.

_____, *Teori Akuntansi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

Hery, *Teori Akuntansi*, Jakarta: Kencana, 2011.

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

Iwan Triyuwono, *Perspektif, Metodologi dan Teori Akuntansi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

James M. Reeve, dkk., *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia, "Principles Of Accounting"*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.

Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.

Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah 'ah*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.

Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.

Purba, Radiks, *Akuntansi Untuk Manajer*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1995.

Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Soemarso S.R, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Salemba Empat, 2004.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : CV Alfabeta 2012.

Zaki Baridwan, *Intermediate Accouting*, Yogyakarta: BPFE, 2004.

Sumber Skripsi dan Jurnal

Dian Meylani Sihaloho, "Pengaruh Harga Jual Terhadap Margin Kotor (*Gross Margin*) pada PT Perkebunan Nusantara IV, "Skripsi Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi Medan, 2007.

Riska Olivia Febriana, "Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Laba Kotor pada PT PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor,"Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, 2013.

Arief Darmawan dan Rifki Alifka, "Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Kotor PT Gajah Tunggal Tbk, "Jurnal, Universitas syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.

Susanti Kusumo Sari, "Analisis Volume Penjualan, Harga Jual dan Harga Pokok Penjualan Minyak kelapa Sawit Terhadap Laba pada PT. Triputra Agro Persada," Skripsi, University Gunadarma Depok.

Mufrida Warni dan Chumairoh, "Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Kotor PT. Nipon Indosari Corpindo Tbk," Jurnal, Jurusan Akuntansi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012.

Sumber Lain

Laporan Tahunan *Annual Report*, Perusahaan Perseroan (Persero) PT Mahaka Media, www.MahakaMedia.com.

www.idx.com

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Nama : SRI WULANDARI
NIM : 12 230 0206
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah-6
Tempat/Tanggal Lahir : Batahan 1/ 21 Juli 1993
Alamat : Batahan 1, Kec. Batahan, Kab. Mandailing Natal,
Provinsi Sumatera Utara

B. Nama Orang Tua
Ayah : MULIONO
Pekerjaan : Petani
Ibu : WARDINA
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Batahan 1, Kec. Batahan, Kab. Mandailing Natal,
Provinsi Sumatera Utara

C. Pendidikan

1. SD Negeri 148486 Batahan 1 Tamat Tahun 2006.
2. MTSs/Ponpes Al-Barqah Gunung Tua, Kec. Ranah Batahan, Kab. Pasaman Barat Tamat Tahun 2009.
3. MAS/Ponpes Al-Barqah Gunung Tua, Kec. Ranah Batahan, Kab. Pasaman Barat Tamat Tahun 2012.
4. Tahun 2012 melanjutkan Pendidikan Program S-1 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Lampiran 1
Data dan Grafik Variabel Independen
Dan Variabel Dependen

Data Penjualan dan Laba Kotor
PT. Mahaka Media Tbk
Periode 2008-2015 (Dalam Jutaan Rupiah)

No.	Tahun	Penjualan	Lab Kotor
1	2008	Rp 143.886.308	Rp 61.646.878
2	2009	Rp 147.595.013	Rp 63.117.585
3	2010	Rp 177.756.575	Rp 77.129.904
4	2011	Rp 248.135.253	Rp 116.538.291
5	2012	Rp 264.525.408	Rp 135.430.592
6	2013	Rp 308.160.119	Rp 140.285.685
7	2014	Rp 318.915.901	Rp 129.964.189
8	2015	Rp 290.556.699	Rp 122.881.134

Data Penjualan Secara Triwulan
Periode 2008-2015
(Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan			
	1	2	3	4
2008	Rp 29.360.292	Rp 66.013.056	Rp 102.093.131	Rp 143.886.308
2009	Rp 25.442.109	Rp 53.398.357	Rp 92.904.429	Rp 147.595.013
2010	Rp 31.498.007	Rp 73.419.707	Rp 125.891.554	Rp 177.756.575
2011	Rp 51.792.577	Rp 112.989.915	Rp 112.989.915	Rp 248.135.253
2012	Rp 59.166.810	Rp 137.453.664	Rp 194.282.977	Rp 264.525.408
2013	Rp 55.183.041	Rp 128.058.345	Rp 191.552.103	Rp 269.553.029
2014	Rp 71.050.615	Rp 148.948.143	Rp 211.199.228	Rp 318.915.901
2015	Rp 69.077.590	Rp 137.693.689	Rp 195.753.524	Rp 290.556.699

Data Lab Kotor Secara Triwulan
Periode 2008-2015
(Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan			
	1	2	3	4
2008	Rp 15.950.930	Rp 34.336.319	Rp 55.918.389	Rp 61.646.878
2009	Rp 12.654.625	Rp 27.604.479	Rp 48.210.292	Rp 63.117.585
2010	Rp 14.323.541	Rp 36.143.901	Rp 65.448.230	Rp 77.129.904
2011	Rp 29.933.241	Rp 63.130.818	Rp 63.130.818	Rp 116.538.297
2012	Rp 31.736.740	Rp 69.434.348	Rp 101.097.126	Rp 135.430.592
2013	Rp 32.872.176	Rp 67.741.958	Rp 109.902.239	Rp 134.827.025
2014	Rp 34.537.036	Rp 72.632.812	Rp 107.785.207	Rp 129.964.189
2015	Rp 29.181.612	Rp 59.592.341	Rp 86.726.851	Rp 122.881.134

Lampiran 2

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penjualan	32	25442109	318915901	143824362.34	83513819.120
Laba Kotor	32	12654625	135430592	65986301.03	37142493.720
Valid N (listwise)	32				

Lampiran 3

Uji Normalitas

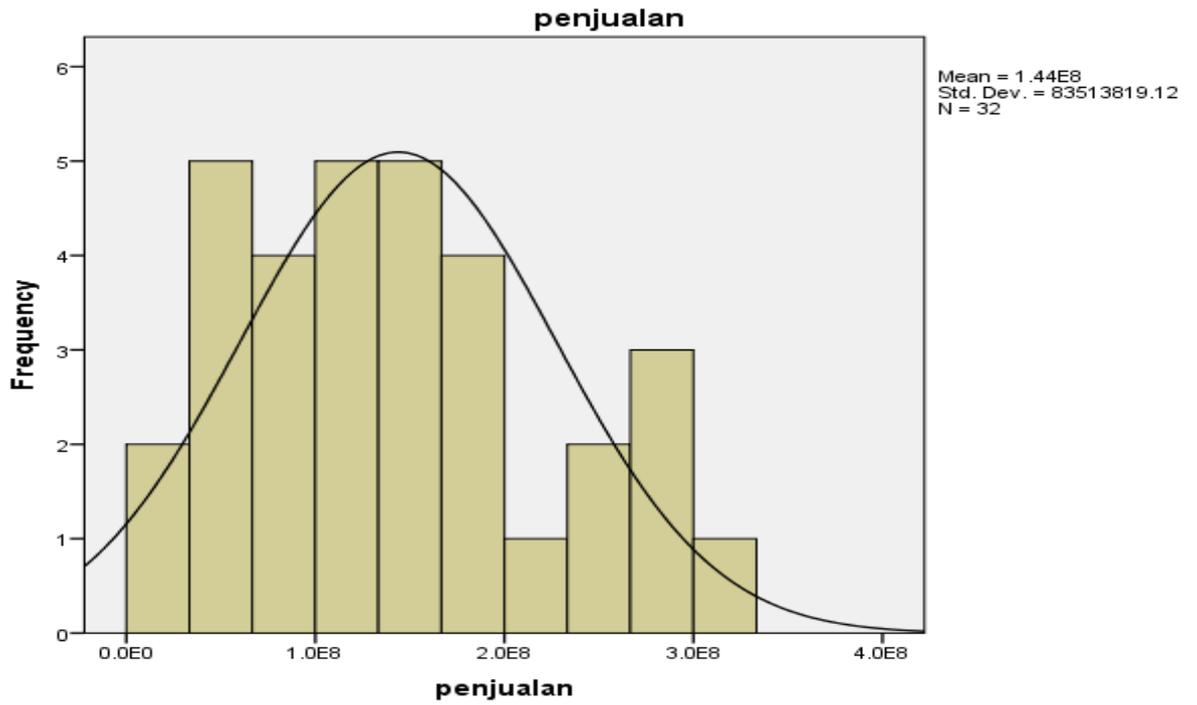
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Penjualan	.132	32	.170	.936	32	.056
Laba Kotor	.133	32	.161	.930	32	.038

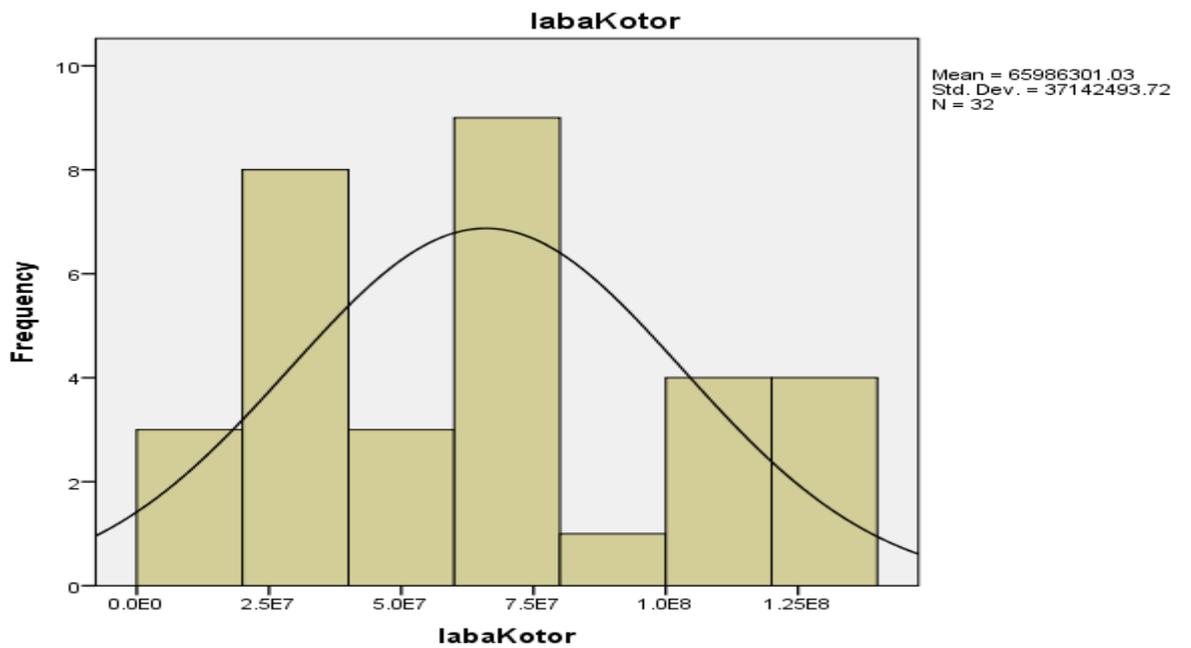
a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 4

Uji Normalitas Hintogram Variable Penjualan



Histogram Variabel Laba Kotor



Lampiran 5

Uji linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Laba Kotor * Penjualan	Between Groups	(Combined)	7301667722194	29	25178164559	10275753314	.000
			9888.000		29306.000	67.934	
		Linearity	1748039171648	1	17480391716	71341257898	.000
			967.000		48967.000	1.315	
	Deviation from Linearity	7126863805030	28	25453085017	10387954297	.000	
		0920.000		96461.000	71.028		
Within Groups			4900.500	2	2450.250		
Total			7301667722195	31			
			4784.000				

Lampiran 6

Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13852607.394	7793875.276		1.777	.086
Penjualan	.362	.047	.815	7.704	.000

a. Dependent Variable: Laba Kotor

Lampiran 7

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.653	21876828.663

a. Predictors: (Constant), Penjualan

b. Dependent Variable: Laba Kotor

Lampiran 8

Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13852607.394	7793875.276		1.777	.086
Penjualan	.362	.047	.815	7.704	.000

a. Dependent Variable: Laba Kotor

Lampiran 9

Tabel t (Pada Taraf Signifikansi 5%)
1 Sisi (0,05) dan 2 Sisi (0,025)

DF	Signifikansi		DF	Signifikansi		DF	Signifikansi	
	0,05	0,025		0,05	0,025		0,05	0,025
1	6,314	12,706	34	1,691	2,032	67	1,668	1,996
2	2,920	4,303	35	1,690	2,030	68	1,668	1,996
3	2,353	3,182	36	1,688	2,028	69	1,667	1,995
4	2,132	2,776	37	1,687	2,026	70	1,667	1,994
5	2,015	2,571	38	1,686	2,024	71	1,667	1,994
6	1,943	2,447	39	1,685	2,023	72	1,666	1,994
7	1,895	2,365	40	1,684	2,021	73	1,666	1,993
8	1,860	2,306	41	1,683	2,020	74	1,666	1,993
9	1,833	2,262	42	1,682	2,018	75	1,665	1,992
10	1,813	2,228	43	1,681	2,017	76	1,665	1,992
11	1,796	2,201	44	1,680	2,015	77	1,665	1,991
12	1,782	2,179	45	1,679	2,014	78	1,665	1,991
13	1,771	2,160	46	1,679	2,013	79	1,664	1,991
14	1,761	2,145	47	1,678	2,012	80	1,664	1,990
15	1,753	2,131	48	1,677	2,011	81	1,664	1,990
16	1,746	2,120	49	1,677	2,010	82	1,664	1,989
17	1,740	2,110	50	1,676	2,009	83	1,663	1,989
18	1,734	2,101	51	1,675	2,008	84	1,663	1,989
19	1,729	2,093	52	1,675	2,007	85	1,663	1,988
20	1,725	2,086	53	1,674	2,006	86	1,663	1,988
21	1,721	2,080	54	1,674	2,005	87	1,663	1,988
22	1,717	2,074	55	1,673	2,004	88	1,662	1,987
23	1,714	2,069	56	1,673	2,003	89	1,662	1,987
24	1,711	2,064	57	1,672	2,003	90	1,662	1,987
25	1,708	2,060	58	1,672	2,002	91	1,662	1,986
26	1,706	2,056	59	1,671	2,001	92	1,662	1,986
27	1,703	2,052	60	1,671	2,000	93	1,661	1,986
28	1,701	2,048	61	1,670	2,000	94	1,661	1,986
29	1,699	2,045	62	1,670	1,999	95	1,661	1,985
30	1,697	2,042	63	1,669	1,998	96	1,661	1,985
31	1,696	2,040	64	1,669	1,998	97	1,661	1,985
32	1,694	2,037	65	1,669	1,997	98	1,661	1,985
33	1,692	2,035	66	1,668	1,997	99	1,660	1,984

Lampiran 10

Tabel Durbin Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002						
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964				
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866		
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473
29	1.3405	1.4828	1.1699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B -109/In.14/G.6a/PP.009/08/2016 Padangsidempuan, 08 Agustus 2016
Lampiran : -
Perihal : *Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing*

Yth :

Bapak/Ibu

1. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
2. Delima Sari Lubis, SEI., MA

di - Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama	: Sri wulandari
Nim	: 12 230 0206
Fakultas/ Jurusan	: FEBI /Ekonomi Syariah
Judul Skripsi Lama	: Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor Pada PT. Sago Nauli Sinunukan II Kab. Mandailing Natal.
Judul Skripsi Baru	: Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor Pada PT. Mahaka Media Tbk Periode 2008-2015.

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan skripsi mahasiswa dimaksud dan melakukan penyempurnaan judul bilamana perlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Mengetahui:

Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Rukiani, SE., M.Si
NIP. 19760324 200604 2002

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I

Ikhwanuddin Harahap., M.Ag
NIP.19750103 2002 1 001

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II

Delima Sari Lubis., SEI., MA
Nip. 19840512 201403 2 002