



**PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP
LABA KOTOR PADA CV. PUTRA LUBUK RAYA
MANDIRI PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

NUR HANIFAH BATUBARA
NIM. 12 230 0069

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2017**



**PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP LABA
KOTOR CV. PUTRA LUBUK RAYA MANDIRI
PADANGSIDIMPUAN**

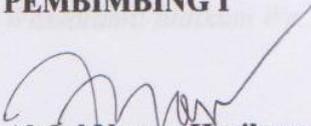
SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

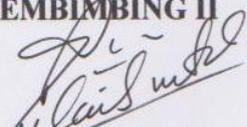
Oleh:

**NUR HANIFAH BATUBARA
NIM. 12 230 0069**

PEMBIMBING I


Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II


Zulaika Matondang, M.Si

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

2017



**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

Hal : Skripsi
a.n. **NUR HANIFAH**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 07 September 2017
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di_
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

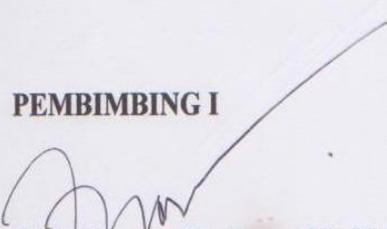
Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **NUR HANIFAH** yang berjudul: **“Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Kotor CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan”**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ekonomi Syariah Konsentrasi Ilmu Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

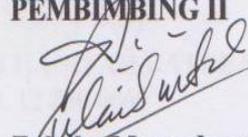
Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak kami ucapkan teima kasih yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Abdul Nasser Hasibuan,SE.,M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II


Zulaika Matondang,M.Si



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NUR HANIFAH
NIM : 12 230 0069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Akuntansi 1)
Judul Skripsi : **“Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Kotor CV.Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan”**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 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, Mei 2017
Pembuat Pernyataan



NUR HANIFAH BATUBARA
NIM. 12 230 0069

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : NUR HANIFAH

Nim : 12 230 0069

Jurusan : Ekonomi Syariah (Akuntansi 1)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Institusi Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP LABA KOTOR CV.PUTRA LUBUK RAYA MANDIRI PADANGSDIMPUAN**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, 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 : Mei 2017

Yang menyatakan,



NUR HANIFAH

NIM. 12 230 0069

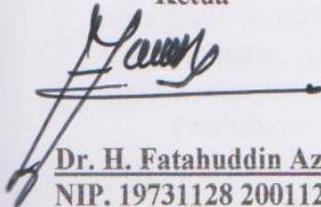


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

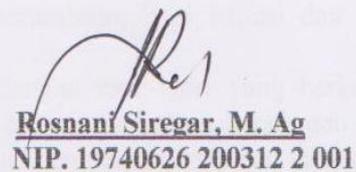
DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : NUR HANIFAH BATUBARA
NIM : 12 230 0069
JUDUL SKRIPSI : "PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP
LABA KOTOR CV. PUTRA LUBUK RAYA MANDIRI
PADANGSIDIMPUAN"

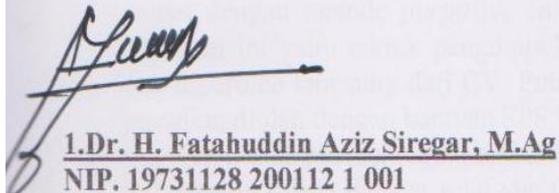
Ketua

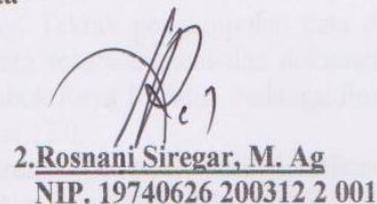

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

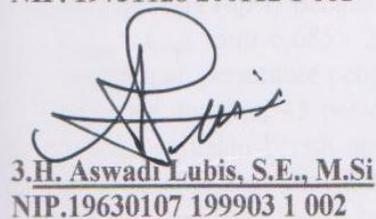
Sekretaris

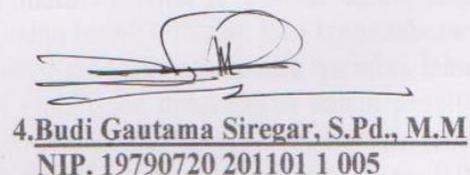

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Anggota


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


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


3.H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si
NIP.19630107 199903 1 002


4.Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PelaksanaanSidangMunaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Tanggal : 21 Juni 2017
Pukul : 09.00 s/d Selesai
Hasil/Nilai : 74,36
Predikat : AMAT BAIK
IPK : 3,36



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

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : "PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP
LABA KOTOR CV. PUTRA LUBUK RAYA MANDIRI
PADANGSIDIMPUAN"**

**NAMA : NUR HANIFAH BATUBRA
NIM : 12 230 0069**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 8 September 2017



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

ABSTRAK

Nama : NUR HANIFAH BATUBARA
NIM : 12 230 0069
Judul Skripsi : Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Kotor CV.Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan
Kata kunci : Penjualan Bersih dan Laba kotor

Berdasarkan data pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan penjualan bersih mengalami penurunan selama tahun 2013, 2014 sampai 2015 akan tetapi laba kotor mengalami peningkatan pada tahun 2015. Salah satu faktor yang mempengaruhi laba kotor adalah penjualan bersih. Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah ada pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor serta hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu: bagi peneliti, bagi perusahaan, bagi istitusi dan bagi peneliti selanjutnya.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan teori-teori yang berkaitan dengan bidang ilmu ekonomi dan akuntansi tentang penjualan bersih dan laba kotor secara umum, pendekatan teori mengenai penjualan bersih dan laba kotor serta penjelasan penjualan dan laba kotor perspektip Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data secara manual dan dokumentasi. Data diperoleh langsung dari CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan kemudian diolah dengan bantuan SPSS Versi 22,0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari uji hipotesis (uji t) dengan nilai $\text{sig} < \text{taraf sig}$ atau $0,00 < 0,05$ (signifikan), nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $6,685 > 2,032$ (H_a diterima). Nilai R^2 sebesar 0,568, artinya sumbangan persentase pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor sebesar 57 persense dangkan 43 persen dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lainnya selain penjualan bersih atau variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Model regresi penelitian ini, $LK = 69897709.958 + 0,059 P$. Dari persamaan regresi, penjualan bersih berpengaruh positif terhadap laba kotor sebesar 0,059. Ini berarti bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

Kata Kunci : Penjualan Bersih dan Laba Kotor

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP LABA KOTOR CV.PUTRA LUBUK RAYA MANDIRI PADANGSIDIMPUAN”**. Shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang merupakan contoh teladan kepada umat manusia sekaligus yang kita harapkan syafa'atnya di *yaumul mahsar* kelak.

Penyelesaian skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syari'ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan. Ketika melakukan penelitian, tidak jarang peneliti menemui kesulitan dan hambatan.

Namun, berkat arahan dan bimbingan para dosen dan berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu pada kesempatan ini tidak lupa mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Bapak Drs. H. Syamsuddin Pulungan, M.Ag,

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

2. Bapak Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
3. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si, Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag, Wakil Dekan Bidang Perencanaan Keuangan, Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Isa, S.T., M.M, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
5. Bapak Abdul Nasser Hasibuan,SE.,M.Si Selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondan,M.Si selaku Pembimbing II yang telah banyak menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Para Dosen/Staff di lingkungan IAIN Padangsidempuan yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Teristimewa orang tua peneliti yaitu kepada Ayahanda tercinta dan tersayang Abdul Gani Batubara, dan Ibunda tercinta Alm. Nur Hayati Pohan, merupakan orangtua paling luar biasa yang telah melahirkan, merawat, dan membimbing peneliti dengan penuh kasih sayang yang tulus serta senantiasa memberikan

semangat, motivasi dan dukungan moral, do'a, dan juga restu yang mengiringi langkah peneliti.

8. Kepada abang dan kakak saya tercinta dan tersayang, (Roy Marden, Rahmadani, Muhammad Haykal dan Omar Sarif) yang selalu memberi motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku tercinta, tersayang dan terdekat (Alina Putri, Sakinah Agustina, Maimunah, Rizky Mulyadi, Rudi Hartono, Ilham Syaputra, Erlina Lubis, Nur Aini, Angie Situmorang, Nur Sani, Nur Alam, dan Andri Fahrizal) yang selalu memotivasi peneliti dan telah banyak membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini sampai dengan selesai.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis yang jauh dari “Cukup”. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberi dan melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Padangsidempuan, Juni 2017
Penulis

NUR HANIFAH BATUBARA
12 230 0069

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 transliterasinya 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	sa	s	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣ ad	ṣ	Es dan ye
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓ a	ẓ	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.

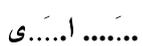
- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fath ah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	Fath ah dan Ya	Ai	a dan i
	Fath ah dan Wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fath ah dan alif atau ya	a	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	\bar{i}	i dan garis di bawah
	Dommah dan wau	u	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu 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)

Syaddah 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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. 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 adalah 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 adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FEBI	
ABSTRAKSI	
KATA PENGANTAR	
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR GRAFIK	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
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	12
A. Kerangka Teori	12
1. Laba Kotor	12
a. Pengertian Laba Kotor	12
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Kotor	15
c. Manfaat Analisis Laba Kotor	18
d. Perencanaan Laba Kotor	22
e. Laba Perspektif Islam	23
2. Penjualan	24
a. Pengertian Penjualan	24
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan	25
c. Penjualan Perspektif Islam	29
d. Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor	31
3. Penelitian Terdahulu	33
4. Kerangka Konsep	35
5. Hipotesis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Lokasi dan waktu penelitian	37
1. Jenis Penelitian	37
2. Populasi dan Sampel	38

3. Sumber Data	39
4. Teknik Pengumpulan Data	40
5. Teknik Analisa Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
A. Gambaran Umum Perusahaan	45
1. Sejarah CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan	45
2. Daerah Pemasaran	46
3. Struktur Organisasi	47
4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab	48
5. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam Kerja	52
6. Produk	53
7. Visi dan Misi	54
B. Deskripsi Data Penelitian	54
1. Data laba kotor	54
2. Data penjualan	58
C. Hasil Analisis Data	63
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif	63
2. Uji Normalitas	63
3. Uji Regresi Linear Sederhana	64
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
5. Uji Hipotesis (Uji t)	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	68
E. Keterbatasan Peneliti	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Data Laba Kotor	3
Tabel I.2	: Data Penjualan Bersih	5
Tabel I.3	: Definisi Oparsional Variabel	8
Tabel II.1	: Penelitian Terduhulu	33
Tabel IV.1	: Daftar Tenaga Kerja CV. Putra Lubuk Raya Mandiri	53
Tabel IV.2	: Jam Kerja CV. Putra Lubuk Raya Mandiri	54
Tabel IV.3	: Daftar Produk CV. Putra Lubuk Raya Mandiri	54
Tabel IV.4	: Data Laba Kotor CV. Putra Lubuk Raya Mandiri	56
Tabel IV.5	: Data Penjualan Bersih CV. Putra Lubuk Raya Mandiri	60
Tabel IV.7	: Hasil Uji Stastistik Deskriptif	65
Tabel IV.8	: Hasil Uji Normalitas	64
Tabel IV.9	: Hasil Uji Regresi Sederhana (Coeffisients)	66
Tabel IV.10	: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
Tabel IV.11	: Hasil Uji t	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Konsep	35
Gambar IV.1	: Struktur Organisasi CV. Putra Lubuk Raya Mandiri	48
Gambar IV.2	: Grafik Laba Kotor	57
Gambar IV.3	: Grafik Penjualan Bersih	61

DAFTAR GRAFIK

Grafik IV.2	: Grafik Laba Kotor.....	56
Grafik IV.3	: Grafik Penjualan Bersih.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia usaha sekarang ini tingkat persaingan antara industri-industri bisnis semakin tajam, tidak terkecuali dengan perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia. Dengan semakin majunya teknologi pada era globalisasi ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksi maupun manajemen pemasaran dengan tujuan memaksimalkan keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah merambah ke semua sektor usaha (bisnis), sehingga kompetisi yang ada antara perusahaan semakin ketat.

Perusahaan bisa memperoleh laba atau tidak, tentu dilihat dari laporan keuangannya yaitu laporan laba rugi. Laporan laba rugi adalah suatu laporan yang menunjukkan pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya dari suatu unit usaha untuk suatu periode tertentu. Selisih-selisih antara pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya merupakan laba atau rugi yang diperoleh yang diterima perusahaan.¹

Tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya untuk memperoleh laba atau keuntungan. Perusahaan selalu berusaha mendapatkan laba yang sebesar-besarnya dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki seefisien mungkin. Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.² Laba kotor merupakan laba yang diperoleh dari pendapatan bersih yang dikurangi oleh biaya (*cost*) bukan beban (*expense*).

¹ Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting* (Yogyakarta: BPFE, 2012), hlm. 29.

² Soemarso S.R, *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hlm. 122.

Dalam menetapkan laba kotor perusahaan, data penjualan yang digunakan adalah penjualan bersih.³ Laba kotor merupakan hasil dari penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Jadi, laba kotor didapat dari penjualan bersih yang hanya dikurangi dengan harga pokok penjualan.

Laba pada perusahaan seringkali tidak tercapai sesuai dengan target, sedangkan ukuran yang sering dicapai untuk menilai sukses tidaknya manajemen perusahaan adalah laba yang diperoleh. Target laba yang diperoleh perusahaan akan digunakan untuk berbagai kepentingan oleh pemilik dan manajemen untuk penambahan modal dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi atau melakukan perluasan pemasaran ke berbagai wilayah. Sedangkan target laba yang tidak diperoleh akan berdampak serius bagi perusahaan, bahkan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

CV. Putra Lubuk Raya Mandiri adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi (*distribution*) yaitu kegiatan usaha yang menyalurkan barang dari produsen ke konsumen agar produk tersebut tersebar luas. Karyawan perusahaan ini memiliki semangat yang tinggi dalam memasarkan produk kepada konsumen. Tugas para *salesmen* adalah menyalurkan produk ke toko-toko atau grosir yang berminat untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

Tujuan utama CV. Putra Lubuk Raya Padangsidimpuan tentunya untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Dari proses distribusi dan penjualan produk maka perusahaan mendapatkan penjualan bersih yang dikurangi harga

³ Jusup Al Haryono, *Dasar-dasar Akuntansi* (Yogyakarta: STIE YKPN, 2011), hlm. 375.

pokok penjualan, maka hasilnya adalah laba kotor. Laba kotor merupakan laba yang didapatkan dari hasil penjualan dikurangi harga pokok penjualan. Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.⁴

CV. Putra Lubuk Raya Mandiri memiliki laba kotor perusahaan setiap tahunnya tidak pernah stabil kadang naik dan kadang turun. Penurunan laba kotor ini disebabkan oleh beberapa hal salah satunya faktor harga pokok penjualan. Berikut ini perusahaan memberikan data perkiraan laporan laba kotor CV. Putra Lubuk Raya Mandiri yang menunjukkan naik turunnya laba kotor perusahaan.

Tabel I.1
Laba Kotor
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan
(dinyatakan dalam Rupiah)

TAHUN	LABA KOTOR
2013	3.395.377.229
2014	2.986.433.888
2015	3.242.455.376

Sumber: CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan, 2016.

Berdasarkan tabel diatas, dijelaskan bahwa laba kotor pada tahun 2013 sebesar Rp. 3.395.377.229 atau mengalami penurunan tahun 2014 sebesar 12 persen menjadi Rp. 2.986.433.888 dan mengalami peningkatan pada tahun 2015 sebesar 8,57 persen menjadi Rp. 3.242.455.376 Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya adalah faktor harga pokok penjualan yang semakin

⁴Soemarso S.R,*Op.Cit.*, hlm. 122.

meningkat pada tahun 2014 dari tahun 2013. Misalnya meningkatnya harga bahan baku, tingkat upah tenaga kerja serta kenaikan harga secara umum.⁵

Teori faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor adalah penjualan yang meliputi faktor harga jual dan faktor jumlah barang yang dijual dan yang mempengaruhi laba kotor juga harga pokok penjualan yang meliputi harga pokok rata-rata dan jumlah barang yang dijual.⁶ Laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan adalah penjualan perusahaan tiap tahunnya. Penjualan adalah jumlah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun dalam rupiah. Besar kecilnya penjualan ini penting bagi perusahaan sebagai data awal dalam melakukan analisis. Penjualan dipengaruhi oleh: harga jual yang merupakan perubahan harga nilai dari harga jual persatuan atau per kilogram yang dijual di pasaran. Dalam kondisi tertentu, harga jual dapat naik, tetapi dapat pula turun. Perubahan inilah yang menjadi penyebab perubahan laba kotor dari waktu ke waktu, dan faktor jumlah barang yang dijual adalah banyaknya kuantitas atau jumlah barang (volume) yang dijual dalam suatu periode. Sudah pasti barang yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak, juga akan mempengaruhi peningkatan laba kotor. Demikian pula sebaliknya apabila jumlah kuantitas barang yang dijual sedikit, tentu kemungkinan akan terjadi penurunan penjualan.⁷ Hal ini dapat dilihat dari perkembangan penjualan apakah mengalami peningkatan dan penurunan

⁵ Avito Candra, Hasil Wawancara Di CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan, Jum'at, 20 Januari 2017, Pukul: 16.00 WIB.

⁶ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 305-306.

⁷ *Ibid.*, hlm. 305.

seperti pada tabel 1.2 yang menjelaskan tentang perkiraan penjualan CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan setiap tahun.

Tabel I.2
Penjualan bersih
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan
(dinyatakan dalam Rupiah)

TAHUN	PENJUALAN BERSIH
2013	44.515.994.421
2014	33.532.333.853
2015	30.166.893.100

Sumber: CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan, 2016.

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa penjualan pada tahun 2013 sebesar Rp. 44.515.994.421 mengalami penurunan sebesar 0,24 persen, tahun 2014 menjadi Rp. 33.532.333.853 dan mengalami penurunan sebesar 0,79 persen pada tahun 2015 menjadi Rp. 30.166.893.100. Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa penjualan pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan dari tahun 2013 sampai 2015 selalu mengalami penurunan. Hal ini di karena berkurangnya selera konsumen dalam memakai produk yang disalurkan perusahaan dan tingginya tingkat persaingan perusahaan sangat mempengaruhi penjualan dalam memasarkan produk kepada konsumen.⁸

Kegiatan penjualan adalah salah satu faktor penentu atas perolehan laba yang optimal sehingga kontinuitas perusahaan terjamin dengan perkembangan perusahaan yang diharapkan akan terus meningkat. Dalam setiap penjualan harus ada perencanaan dan strategi serta kerjasama antara bagian yang terkait untuk dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Penjualan dapat dijadikan

⁸ Avito Candra, Hasil Wawancara Di CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan, Jum'at, 20 Januari 2017, Pukul: 16.00 WIB.

sebagai alat penunjang membayar segala beban yang menjadi tanggungan dalam setiap kegiatan operasional perusahaan.

Menghadapi persaingan sekarang ini, setiap perusahaan selalu dituntut untuk memaksimalkan kualitas produksi barangnya dan setelah barang tersebut telah selesai diproduksi, perlu adanya sistem penjualan dan pemasaran yang baik dan tepat agar dapat memenuhi kebutuhan para konsumen serta menjaga agar para konsumen tetap menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Penjualan merupakan aktivitas memperjual belikan barang atau jasa kepada konsumen. Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan mencapai pasar yang dituju. Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Laba kotor merupakan hasil dari penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan didapat dari persediaan barang jadi awal ditambah biaya produksi dikurangi persediaan akhir barang jadi. Jadi, laba kotor didapat dari penjualan bersih yang hanya dikurangi dengan harga jual atau harga pokok penjualan produk.

Perubahan laba kotor diketahui dengan menganalisis penjualan dan harga pokok penjualan untuk menentukan penyebab perubahan yang terjadi. Laba kotor adalah hasil penjualan bersih yang diperoleh perusahaan dikurangi dengan harga pokok penjualan selama satu periode. Perubahan laba kotor disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan.

Dengan demikian diduga terdapat pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan. Dengan kata lain, semakin tinggi penjualan bersih yang ditetapkan maka akan semakin tinggi pula laba yang didapatkan. Berdasarkan data pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan penjualan bersih mengalami penurunan selama tahun 2013, 2014 sampai 2015 akan tetapi laba kotor mengalami peningkatan pada tahun 2015, jadi berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP LABA KOTOR PADA CV. PUTRA LUBUK RAYA MANDIRI PADANGSIDIMPUAN”**.

B. Identifikasi Masalah

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

1. Laba kotor dipengaruhi oleh Penjualan bersih, harga pokok penjualan dan harga jual.
2. Selisih pendapatan dan biaya akan menimbulkan laba/rugi perusahaan.
3. Penjualan bersih dapat mempengaruhi laba kotor.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan di atas, peneliti melakukan pembatasan masalah agar pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada permasalahan yang diteliti. Alasan lainnya karena keterbatasan ilmu, dana dan waktu yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu penelitian ini dibatasi, hanya meneliti tentang pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan peneliti. Perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian guna menerangkan beberapa istilah. Definisi operasional dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel I.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran	Skala Pengukuran
Penjualan bersih (X)	Penjualan adalah proses perpindahan hak milik akan suatu barang atau jasa dari tangan pemiliknya kepada calon pemilik baru (pembeli) dengan suatu harga tertentu, dan harga tersebut diukur dengan satuan uang. Tujuan penjualan oleh suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan volume penjualan sehingga dapat diperoleh laba yang maksimal. ⁹	Harga jual X total unit yang dijual.	Rasio
Laba kotor (Y)	Laba kotor merupakan laba yang diperoleh dari pendapatan bersih yang dikurangi oleh biaya (<i>cost</i>) bukan beban (<i>expense</i>). Dalam menetapkan laba kotor perusahaan, data penjualan yang digunakan adalah penjualan bersih. ¹⁰	Laba Kotor = Penjualan Bersih–Harga Pokok Penjualan .	Rasio

⁹ Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), hlm. 65.

¹⁰ Jusup Al Haryono, *Op.Cit*, hlm. 375.

E. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini untuk melihat apakah ada pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Khususnya mengenai pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai masukan dan sumbangan pikiran dalam upaya peningkatan penjualan bersih dan laba kotor yang baik.

3. Bagi Institusi

Dapat diharapkan sebagai wahana pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian lebih dalam lagi, dan masukan bagi pihak yang membutuhkan

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti ini dapat menjadi bahan bacaan atau literatur untuk penelitian-penelitian yang relevan selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bab I Pendahuluan, berisi tentang uraian latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.
- Bab II Membahas tentang landasan teori, kerangka pikir, hipotesis, penelitian terdahulu.
- Bab III Membahas tentang metodologi penelitian terdiri dari gambaran umum lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
- Bab IV Merupakan hasil penelitian dan analisis data yang terdiri dari setting penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- Bab V Merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran yang diutarakan pada akhir penulisan ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Laba Kotor

a. Pengertian Laba Kotor

Menurut Badriwan pengertian laba adalah sebagai berikut: “Laba (*gain*) adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama suatu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.”

Sedangkan Prastowo dan Julianty memberikan definisi laba atau keuntungan (*gains*), yaitu “Pos lain yang memenuhi definisi penghasilan dan mungkin timbul atau tidak timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang rutin.”

Yang dimaksud laporan laba rugi menurut Munawir “Laporan laba rugi adalah suatu laporan sistematis tentang penghasilan, biaya, rugi-laba yang diperoleh suatu perusahaan dalam suatu periode tertentu.”

Selanjutnya menurut Munawir yang menyebabkan perubahan laba kotor dijelaskan sebagai berikut: “Pada dasarnya perubahan laba kotor itu disebabkan oleh 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 per satuan produk

tersebut. Oleh karena itu perubahan hasil penjualan dapat disebabkan adanya:

- 1) Perubahan harga jual per satuan produk.
- 2) Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual/dihasilkan.

Faktor harga pokok penjualan juga dipengaruhi oleh kuantitas produk yang dijual dan harga pokok per satuan (rata-rata) produk yang dijual dihasilkan tersebut, oleh karena itu perubahan laba kotor yang disebabkan oleh adanya perubahan harga pokok penjualan dapat disebabkan oleh:

- a) Perubahan harga pokok rata-rata per satuan.
- b) Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual.”

Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.¹ Laba kotor merupakan laba yang diperoleh dari pendapatan bersih yang dikurangi oleh biaya (*cost*) bukan beban (*expense*). Dalam menetapkan laba kotor perusahaan, data penjualan yang digunakan adalah penjualan bersih.² Laba kotor merupakan hasil dari penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Jadi, laba kotor didapat dari penjualan bersih yang hanya dikurangi dengan harga pokok penjualan.

Jadi, laba kotor merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan laba setiap periode yang ditentukan

¹Soemarso S.R., *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hlm. 122.

²Jusup Al Haryono, *Dasar-dasar Akuntansi* (Yogyakarta: STIE YKPN, 2011), hlm. 375.

melalui target yang harus dicapai. Penentuan target besarnya laba ini penting guna mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Dalam praktiknya, laba yang diperoleh perusahaan terdiri dari dua macam, yaitu:

1) Laba kotor

Laba kotor artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh.

2) Laba bersih

Laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu, termasuk pajak.³

Penyebab besar kecilnya laba kotor yang didapat setiap periode perlu dilakukan analisis lanjut. Analisis ini penting untuk mengetahui perolehan laba kotor tersebut, kemudian guna memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan kedepan. Analisis laba kotor adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui jumlah laba kotor dari periode ke satu periode, serta sebab-sebab berubahnya laba kotor tersebut antara dua periode atau lebih periode.

Dalam melakukan analisis laba kotor, diperlukan berbagai data perusahaan. Adapun data yang dibutuhkan untuk melakukan analisis laba kotor adalah:

1) Target yang telah ditetapkan

³ *Ibid, hlm. 378*

- 2) Pencapaian hasil laba pada periode tertentu
- 3) Laba pada beberapa periode sebelumnya⁴

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Kotor

Dalam praktiknya perubahan yang terjadi pada laba kotor disebabkan oleh beberapa faktor-faktor, yaitu:

1) Faktor penjualan

Penjualan maksudnya adalah jumlah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun dalam rupiah. Besar kecilnya penjualan ini penting bagi perusahaan sebagai data awal dalam melakukan analisis.

Sementara itu, penjualan dipengaruhi oleh:

(a) Faktor harga jual

Harga jual merupakan perubahan harga nilai harga jual persatuan. Dalam kondisi tertentu, harga jual dapat naik, tetapi dapat pula turun. Perubahan inilah yang menjadi penyebab perubahan laba kotor dari waktu ke waktu, dan faktor jumlah barang yang dijual adalah banyaknya kuantitas atau jumlah barang (volume) yang dijual dalam suatu periode. Sudah pasti barang yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak, juga akan mempengaruhi peningkatan laba kotor. Demikian pula sebaliknya apabila kuantitas barang yang dijual sedikit, tentu kemungkinan akan terjadi penurunan penjualan.

(b) Faktor harga pokok penjualan

⁴ *Ibid*, hlm. 379

Harga pokok penjualan adalah harga barang atau jasa sebagai bahan baku atau jasa untuk menjadi barang dengan ditambah biaya-biaya yang berkaitan dengan harga pokok penjualan tersebut. Harga pokok penjualan ini penting sebagai dasar untuk menentukan harga jual ke konsumen.⁵

Harga pokok penjualan dipengaruhi oleh:⁶

(a) Harga pokok rata-rata

Sama seperti halnya dengan jumlah penjualan, perubahan harga pokok rata-rata persatuan atau per unit atau per kilo gram atau lainnya produk barang juga ikut mempengaruhi perolehan laba kotor. Apabila harga pokok rata-rata penjualan naik, laba kotor dapat turun, demikian pula sebaliknya.

(b) Jumlah barang yang dijual.

Harga pokok rata-rata juga dipengaruhi oleh jumlah (volume) penjualan itu sendiri. Jika jumlah penjualan meningkat, kemungkinan akan mampu meningkatkan laba kotor. Demikian pula sebaliknya, apabila jumlah penjualan turun, kemungkinan laba kotor pun akan ikut turun pula.

Penjelasan yang dipaparkan dapat disimpulkan bahwa perubahan laba kotor disebabkan oleh tiga faktor :⁷

⁵Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 305-306.

⁶ *Ibid*, hlm. 306

- 1) Berubahnya harga jual. Berubahnya harga jual yang dianggarkan dengan harga jual pada periode sebelumnya. Perubahan ini jelas akan mengakibatkan perubahan perolehan dari nilai jual tersebut.
- 2) Berubahnya jumlah kuantitas (volume) barang yang dijual. Perubahan jumlah barang yang dijual dari jumlah yang dianggarkan dengan jumlah periode sebelum. Sama seperti harga jual perubahan jumlah harga barang yang dijual, misalnya dari jumlah yang ditargetkan terjual 1.000 unit, namun hanya terjual 800 unit atau sebaliknya naik menjadi 1.200 unit jelas akan mengakibatkan perubahan perolehan dari nilai jual tersebut.
- 3) Berubahnya harga pokok penjualan.
- 4) Perubahan harga pokok penjualan yang telah dianggarkan dengan harga pokok penjualan pada periode sebelum. Perubahan ini mungkin disebabkan karena adanya kenaikan harga pokok penjualan dari sumber utamanya. Dalam praktiknya, banyak sebab yang mempengaruhi tingkat penjualan dan harga pokok penjualan sehingga mempengaruhi perolehan laba kotor dalam periode yang bersangkutan.

c. Manfaat Analisis Laba Kotor

Analisis laba kotor merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting bagi manajemen guna mengambil keputusan untuk masa sekarang dan yang akan datang. Perubahan dalam laba kotor perlu di analisa untuk mengetahui sebab-sebab perubahan tersebut, baik

⁷*Ibid.*, hlm. 307.

perubahan yang menguntungkan maupun perubahan yang tidak menguntungkan, sehingga dapat diambil kesimpulan dan tindakan seperlunya untuk periode-periode berikutnya.⁸

Analisis laba kotor akan banyak membantu manajemen dalam melakukan tindakan apa yang akan diambil kedepan dengan kondisi yang terjadi sekarang atau untuk mengevaluasi apa penyebab turun atau naik laba kotor tersebut sehingga target tidak tercapai. Analisis laba kotor memberikan manfaat yang cukup banyak bagi pihak manajemen yang dapat diperoleh dari analisis laba kotor adalah:⁹

- 1) Untuk mengetahui penyebab turunnya harga jual. Dengan diketahui penyebab naik turunnya harga, pihak manajemen dapat memprediksi berbagai hal, terutama berkaitan dengan penentuan harga jual kedepan dan target harga yang lebih realitis. Kesalahan akibat penentuan harga yang sangat berpengaruh terhadap perubahan diluar lingkungan perusahaan.
- 2) Untuk mengetahui penyebab naiknya harga jual. Kenaikan harga jual perlu dicermati penyebabnya, sebab naiknya harga jual mempengaruhi perolehan laba kotor perusahaan. Faktor penyebab naiknya harga jual dapat berasal dari dalam perusahaan, misalnya kenaikan biaya-biaya.
- 3) Untuk mengetahui penyebab naiknya harga pokok penjualan. Penyebab menurunnya harga jual tidak jauh berbeda dengan kenaikan harga pokok penjualan. Hanya saja penurunan harga pokok penjualan

⁸Munawir, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty, 2007), hlm. 216.

⁹Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 310-313.

akan membuat perusahaan berusaha keras untuk bekerja lebih efisien di bandingkan dengan pesaing.

- 4) Untuk mengetahui naiknya harga pokok penjualan. Penyebab naiknya harga pokok penjualan juga sangat penting untuk diketahui oleh perusahaan karena dengan diketahuinya penyebab naiknya harga pokok penjualan, perusahaan pada akhirnya mampu menyesuaikan dengan harga jual dan biaya-biaya lainnya.
- 5) Sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian penjualan akibat naik turunnya harga jual. Analisis laba kotor juga memberikan manfaat sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian penjualan akibat naik harga jual. Artinya pihak-pihak yang memang seharusnya bertanggungjawab apabila terjadi kenaikan atau penurunan harga jual.
- 6) Sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian produksi akibat naik turunnya harga pokok. Analisis laba kotor juga memberikan manfaat sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian produksi akibat turunnya harga pokok penjualan. Artinya urusan harga pokok penjualan, pihak bagian produksilah yang bertanggung jawab.
- 7) Sebagai salah satu alat ukur untuk menilai kinerja manajemen dalam satu periode. Analisis laba kotor ini pada akhirnya akan memberikan manfaat untuk menilai kinerja manajemen dalam suatu periode. Artinya hasil yang diperoleh dari analisis laba kotor akan menentukan kinerja manajemen kedepannya.
- 8) Sebagai bahan untuk menentukan kebijakan manajemen kedepan dengan mencermati kegagalan atau kesuksesan pencapaian laba kotor

sebelumnya. Analisis laba kotor digunakan sebagai bahan untuk menentukan kebijakan manajemen kedepan dengan mencermati kegagalan atau kesuksesan pencapaian laba kotor sebelumnya.¹⁰

Perubahan dalam laba kotor dianalisis untuk sebab-sebab untuk mengetahui sebab-sebab perubahan tersebut, baik perubahan yang menguntungkan (kenaikan) maupun perubahan yang tidak menguntungkan (penurunan), tindakan seperlunya untuk periode selanjutnya. Laba kotor juga dijelaskan dalam Al-Qur'an Sebagaimana firman Allah SWT dalam suroh *Al-Baqarah* ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا
 مِنْ رَبِّكُمْ^ج فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ
 فَادْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ^ط
 وَأَذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ
 قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Artinya: Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'aril haram dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.¹¹

¹⁰*Ibid.*, hlm. 309-313

¹¹Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surakarta: CV. Al-Ahnan, 2009), hlm. 31.

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT tidak melarang untuk mengambil keuntungan dari hasil perniagaan dengan cara yang benar. Sedangkan pendapat dalam teori akuntansi konvensional tidak ada satupun pendapat yang diterima tentang batasan-batasan dan kriteria penentuan laba. Kriteria Islam secara umum yang dapat memberi pengaruh dalam penentuan batas laba. Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba.¹²

Pada dasarnya perubahan laba kotor disebabkan oleh 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 per satuan produk tersebut.¹³ Oleh karena itu, perubahan laba kotor karena adanya perubahan hasil penjualan dapat disebabkan adanya:

- 1) Perubahan harga jual per satuan produk
- 2) Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual atau dihasilkan.

d. Perencanaan Laba Kotor

Membuat laba suatu perusahaan merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh suatu usaha sebelum suatu kegiatan dijalankan. Dalam membuat rencana laba, perlu terlebih dulu ditentukan atau dianggarkan target laba yang ingin dicapai.

Penyusunan rencana anggaran yang akan dijalankan oleh suatu perusahaan haruslah mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat

¹² Ibid, hlm, 370

¹³ Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 166.

mempengaruhi pencapaian target tersebut. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan:

- 1) Volume penjualan tahun sebelumnya
- 2) Harga jual periode sebelumnya
- 3) Kecenderungan permintaan terhadap produk yang ditawarkan dari tahun ke tahun.
- 4) Kondisi persaingan baik lokal maupun internasional
- 5) Kecenderungan inflasi secara umum
- 6) Kondisi perekonomian inflasi secara umum
- 7) Kecenderungan perubahan selera masyarakat
- 8) Budget promosi yang harus dianggarkan
- 9) Pertimbangan lainnya.¹⁴

e. Laba Perspektif Islam

Setiap perusahaan melakukan kegiatan usahanya untuk mendapatkan tujuan utamanya yaitu keuntungan atau laba. Laba muncul karena adanya perputaran modal pengoperasiannya dalam perdagangan. Laba dalam islam adalah penambahan pada modal pokok perdagangan. Konsep laba dalam islam dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Huud ayat 85:

¹⁴Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 310-313.

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ
بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan."¹⁵

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam melaksanakan kegiatan perdagangan maka kita harus berlaku adil. Jangan mengurangi dan menambahi takaran kepada orang lain. Hasil dari perdagangan tersebut berupa keuntungan atau laba. Jadi pengambilan laba dalam perspektif islam diperbolehkan dengan dengan cara yang benar.¹⁶

2. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.¹⁷ Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik yang meliputi penjualan tunai maupun penjualan kredit.¹⁸

¹⁵*Ibid.*, hlm. 148.

¹⁶ Hendi Suhandi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 68-69.

¹⁷ Lilis Puspitawatidan Sri Dewi Anggadini, *Sistem Informasi Akuntansi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 165.

¹⁸ Hery, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm. 47.

Penjualan merupakan aktivitas memperjualbelikan barang atau jasa kepada konsumen. Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan mencapai pasar yang dituju.¹⁹ Jadi, penjualan adalah suatu proses kegiatan dalam memperjual belikan barang atau jasa kepada konsumen.

Terdapat jenis-jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat, yaitu:²⁰

1) *Trade selling*

Penjualan yang terjadi dimana produsen dan pedagang besar memperoleh pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi mereka.

2) *Missionary selling*

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.

3) *Technical selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

4) *New bussiness selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli.

5) *Resvonsive selling*

¹⁹Basu Swastha dan Ibnu Sukitjo, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 183.

²⁰Basu Swatsha, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 1989), hlm. 11.

Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, tetapi akan terjalin hubungan pelanggan yang baik menjurus pada pembelian ulang.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam prakteknya, kegiatan penjualan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:²¹

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli atas barang atau jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual pada pihak pertama dan pembeli pada pihak yang kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

Untuk maksud tersebut penjual harus dapat mengatasi beberapa masalah penting yang berkaitan, yaitu: jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan, syarat penjualan, harga produk dan kondisi pasar.

Pasar sebagai pihak pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah: jenis pasarnya, apabila pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, ataukah pasar internasional, kelompok pembeli atau

²¹Irwan Hermansyah dan Eva Ariesti, "Pengaruh Volume Penjualan Buku Cetak Terhadap Peningkatan Laba Bersih (Studi Kasus PT. Indo Perkasa Usahatama Semarang)", (Jurnal, UNS, 2015), hlm. 3-4.

segmen pasarnya, daya beli konsumen, frekuensi pembeliannya, keinginan atau kebutuhan.

2) Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan barangnya ketempat pembeli.

Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha seperti usaha promosi dan lain sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

3) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang oleh ahli bidang penjualan, lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan juga ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain.

Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah yang dihadapi serta sarana yang di milikinya juga tidak sekomplek perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh pimpinan dan tidak diberikan pada yang lain.

4) Faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Kasmir adalah:²²

1) Faktor harga jual

Harga jual berasal dari dua kata yaitu harga dan jual. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.

Harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang yang ditukarkan oleh konsumen untuk mencapai manfaat dari penggunaan barang atau jasa tersebut.²³ Jadi, harga ialah suatu satuan yang dijadikan patokan nilai bagi suatu barang atau jasa.

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.²⁴ Harga jual merupakan harga persatuan atau unit atau per kilogram atau lainnya produk yang dijual dipasaran. Penyebab berubahnya harga jual adalah perubahan harga nilai harga jual persatuan. Dalam kondisi tertentu, harga jual dapat naik, tetapi dapat

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 67.

²³Medi Tri Purwanto, “*Analisis Laba Kotor sebagai salah satu alat dalam menentukan Harga Jual*” (Skripsi, STIE Widya Manggalia Brebes, 2013), hlm. 19.

²⁴Dian Meylina Sihaloho, “*Pengaruh Harga Jual Produk Terhadap Marjin Kotor (Gross Margin) pada PT. Perkebunan Nusantara IV*”, (Skripsi, USU, 2007), hlm. 26

pula turun. Perubahan inilah yang menjadi penyebab perubahan laba kotor dari waktu ke waktu.

Berubahnya harga jual yang dianggarkan dengan harga jual pada periode sebelumnya. Misalnya harga yang ditetapkan sebelumnya Rp. 100 per unit naik menjadi Rp. 150 per unit atau sebaliknya. Karena berbagai sebab harga jual justru diturunkan. Perubahan ini jelas akan berdampak terhadap perolehan dari nilai jual tersebut.

2) Faktor jumlah barang yang dijual

Sementara itu jumlah barang yang jual adalah banyaknya kuantitas atau jumlah barang (volume) yang dijual dalam suatu periode. Sudah pasti barang yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak, juga akan mempengaruhi peningkatan laba kotor. Demikian pula sebaliknya apabila kuantitas barang yang dijual sedikit, tentu kemungkinan akan terjadi penurunan penjualan.

c. Penjualan Perspektif Islam

Penjualan menurut perspektif islam merupakan suatu kegiatan menukar barang dengan uang dengan suka rela diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) sesuai dengan ketentuan syara'.²⁵Tujuan dari penjualan yaitu menjual dari apayang telah dihasilkan.

Hal ini dijelaskan dalam al-Qur'an surah An-Nisa ayat: 29:

²⁵Hendi Suhandi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 68-69.

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²⁶

Berdasarkan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan diperbolehkan dalam islam dengan syarat berlaku jujur, adil dan islm sangat melarang keras jika perniagaan dilakukan dengan cara mencurangi/merugikan sesama itu dan jangan menzhalimi para konsumen.

Ayat lain juga menjelaskan pada surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا
 كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ
 الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
 مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ

²⁶Dapartemen Agama, *Op.Cit.*, hlm. 83.

فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ
 فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ^ص وَمَنْ
 عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ^ص هُمْ فِيهَا
 خَالِدُونَ

Artinya:Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.²⁷

Penjelasan ayat di atas dapat kita ketahui bahwa kegiatan penjualan dibolehkan apabila jual beli tersebut secara syar'i dan transaksi-transaksi yang dilakukan sesuai dalam ajaran islam. Karena Allah telah menghalalkan jual beli yang baik dalam islam supaya tidak t ada tindak kezholiman, sedangkan yang dilarang adalah jual beli yang mengandung riba yaitu jual beli yang didalamnya terdapat berbagai kecurangan dan kelebihan dalam mengambil keuntungan dari konsumen.²⁸

d. Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor

²⁷Ibid.,hlm. 69.

²⁸Hendi Suhandi, *ibid*, hlm. 68-69.

Hubungan antara penjualan dengan laba kotor dapat dilihat pada komponen-komponen dalam laporan laba rugi perusahaan yang saling terkait yang menyatakan adanya hubungan yang erat mengenai hubungan antara keduanya. Karena dalam hal ini dapat diketahui bahwa laba akan timbul jika penjualan produk perusahaan lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.

Penjualan merupakan aktivitas memperjual belikan barang atau jasa kepada konsumen. Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan mencapai pasar yang dituju. Laba kotor yang tinggi merupakan kunci keberhasilan. Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Laba kotor merupakan hasil dari penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan didapat dari persediaan barang jadi awal ditambah biaya produksi dikurangi persediaan akhir barang jadi. Jadi, laba kotor didapat dari penjualan bersih yang hanya dikurangi dengan harga jual atau harga pokok penjualan produk.

Faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya laba adalah pendapatan. Pendapatan dapat diperoleh dari hasil penjualan barang dagangan perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat pada tingkat laba yang diperoleh perusahaan itu sendiri karena tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dan laba merupakan faktor yang menentukan bagi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Seperti diketahui bahwa pendapatan utama perusahaan dagang adalah pendapatan penjualan biasa disingkat menjadi penjualan yang menunjukkan penambahan dalam ekuitas pemilik dari pengiriman persediaannya kepada para pelanggan. Kelebihan pendapatan penjualan dari harga pokok penjualan disebut sebagai laba kotor.

Ukuran usaha ini dapat membantu mengukur keberhasilan suatu usaha. Laba kotor yang tinggi merupakan kunci keberhasilan. Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Laba kotor merupakan hasil dari penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan didapat dari persediaan barang jadi awal ditambah biaya produksi dikurangi persediaan akhir barang jadi. Jadi, laba kotor didapat dari penjualan bersih yang hanya dikurangi dengan harga jual produk.

Dengan demikian diduga terdapat pengaruh penjualan terhadap laba kotor. Dengan perkataan lain semakin tinggi penjualan bersih yang ditetapkan maka akan semakin tinggi pula laba yang didapatkan.

3. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Hasil Penelitian
Mufida Warnidan Chumairah (Tahun207)	Analisis pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (Sari Roti)	Penjualan bersih berpengaruh positif terhadap laba kotor.
Endah Nurul Hidayah (Tahun199)	Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Kotor di PT. Perkebunan Nusantara VIII (persero). (Jurnal, INDONESIA	Harga pokok penjualan berpengaruh terhadap laba kotor.

	GERMANY INSTITUTE)	
Surya Wulan Dani (tahun 2008)	Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan air terhadap Laba Kotor pada PDAM Tirtanadi (Skripsi, U S U)	Biaya produksi dan penjualan air secara signifikan berpengaruh terhadap laba kotor.
Yunus Tete Konde (tahun 2011)	Analisis Perubahan Laba Kotor Pada PT. Kaltim Patua Industry di Bontang (Jurnal, Universitas Mulawarman)	Perubahan harga jual, volume penjualan, harga pokok penjualan dapat mengakibatkan perubahan laba kotor.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah:

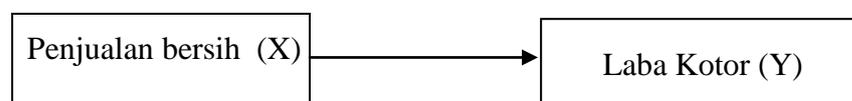
- a. Mufida Warnidan Chumairah, persamaannya dengan penelitian ini terdapat pada variabel dependennya yaitu laba kotor, sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independennya yaitu penjualan bersih, sedangkan variabel independen peneliti yaitu penjualan dan lokasi penelitiannya pada pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (sari roti) pada tahun 2007, sedangkan lokasi penelitian peneliti yaitu pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan tahun 2016.
- b. Endah Nurul Hidayah, persamaannya dengan penelitian ini yaitu variabel dependennya yaitu laba kotor, sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini terdapat pada variabel independennya yaitu harga pokok penjualan dan variabel independen peneliti yaitu penjualan sedangkan lokasinya PT. Perkebunan Nusantara VIII (Persero) pada tahun 1999, sedangkan lokasi peneliti pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan tahun 2016.

- c. Surya Wulan Dani, persamaannya dengan penelitian ini yaitu variabel dependennya yaitu laba kotor, sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini terdapat pada variabel independennya yaitu biaya produksi dan penjualan air, sedangkan variabel independen peneliti yaitu penjualan, dan lokasinya pada PDAM Tirtanadi tahun 2008, sedangkan lokasi peneliti pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan tahun 2016.
- d. Yunus Tete Konde, persamaannya dengan penelitian ini terdapat pada variabel dependennya yaitu laba kotor, sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independennya yaitu, harga jual, volume penjualan, dan harga pokok penjualan, sedangkan variabel independen peneliti yaitu penjualan, dan lokasinya PT. Kaltim Patua Industri di Bontang tahun 2011, sedangkan lokasi peneliti pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan tahun 2016.

4. Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan. Berikut model kerangka pikir dalam penelitian ini:

Gambar I.1
Kerangka Konsep



Kerangka konsep di atas menjelaskan tentang kedua variabel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah variabel yang menjelaskan atau yang mempengaruhi variabel lain yaitu penjualan. Sedangkan, variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi variabel independen.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah penjualan dan yang menjadi variabel dependennya adalah laba kotor. Dengan demikian penjualan berpengaruh terhadap laba kotor. Artinya, semakin meningkat penjualan maka meningkat pula laba kotor yang didapatkan, begitu juga sebaliknya. Semakin menurun penjualan maka akan semakin menurun pula laba kotor yang didapatkan.

5. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.²⁹ Kegunaan hipotesis dalam penelitian sesungguhnya baru sekedar jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiannya. Dengan kata lain, hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian lapangan baik sebagai objek penelitian maupun dalam pengumpulan data.

Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua variabel atau lebih variabel yang dikenal dengan variabel kausal. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya

²⁹Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*(Jakarta:PT.RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 76.

pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan yang berada pada JL. Simpang Ujung Gurap Kecamatan Batunadua Jae Padangsidimpuan. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2017 sampai dengan selesai.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan jenis penelitian yang sebetulnya relatif sangat beragam tergantung dari segi mana penggolongan tersebut berpedoman.¹ Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen) berdasarkan prosedur statistik.²

Jenis yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan rumus-rumus tertentu yang disesuaikan dengan topik permasalahan yang akan diteliti.³ Selanjutnya analisis deskriptif adalah

¹ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 13.

² Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 38.

kegiatan menyimpulkan data mentah dalam jumlah skala besar sehingga hasilnya dapat ditafsirkan secara singkat dan penuh makna.⁴

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas, dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data laporan laba rugi pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan dari tahun berdirinya perusahaan tahun 2012 sampai 2016.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶ Sampel dalam penelitian ini data penjualan dan laba kotor yang diperoleh dari laporan bulanan CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan tahun 2012 sampai 2015. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 36 sampel yang dibuat periode perbulannya selama tiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2013 sampai 2015. Alasan peneliti mengambil jumlah sampel karena tahun 2012 tidak tersedianya data laporan laba rugi perusahaan, disebabkan pencatatan laporan keuangan perusahaan pada saat itu masih secara manual.

⁴ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 192.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 80.

⁶ *Ibid.*, hlm. 116.

c. Pengambilan Sampel

Ada dua teknik pengambilan sampel yaitu: teknik *probability sampling* yaitu memberikan peluang bagi setiap unsur untuk dijadikan sampel. Sedangkan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling*. Teknik ini meliputi : *sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, dan snowball*.⁷

Oleh karena itu teknik *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

3. Sumber Data

Data diperoleh dari CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan dan didapat secara Internal yang merupakan data yang didapat dalam perusahaan dimana riset dilakukan.⁸ Data internal diperoleh atau bersumber dalam perusahaan yang bersangkutan, seperti jumlah karyawan. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti perusahaan. Jenis data ini dapat digali melalui monografi yang diterbitkan oleh masing-

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 120-123.

⁸Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Edisi Kedua (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 42.

masing lembaga.⁹ Dalam penelitian ini juga dilakukan pengumpulan data internal dengan menelusurinya melalui arsip-arsip perusahaan CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Selanjutnya teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.¹⁰

b. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data dengan mengamati objek penelitian secara langsung atau dilakukan pencatatan dari laporan-laporan sumber-sumber tertulis.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah dengan metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal berupa catatan, buku-buku, majalah, dokumen dan sebagainya.¹¹ Jadi, dalam hal ini peneliti mengumpulkan

⁹ Muhammad Teguh, *Op.Cit.*, hlm. 121.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 145.

dokumen yang berkaitan dengan penjualan dan laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

5. Teknik Analisis Data

Selanjutnya adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian:

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan-ringkasan data seperti mean, standart deviasi, modus, dan lain-lain. Dalam penelitian ini analisis deskriptif menggunakan SPSS versi 22.0.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan menggunakan *one sample kolmogrof-smirnow* pada taraf signifikan 0.05. Kriteria yang digunakan dalam uji normalitas ialah apabila hasil perhitungan *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan 2 sisi lebih besar dari 0,05 maka berdistribusi normal.¹²

c. Analisis Regresi Sederhana

Sasaran utama dari regresi sederhana adalah memformulasikan hubungan dua variabel yaitu variabel independen dengan variabel

¹² Sugiono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 323.

dependen. Tujuannya adalah untuk mengetahui hubungan secara matematis, dari variabel independen dan variabel dependen tersebut.¹³

Analisis dengan cara pemakaian grafik dalam suatu *scatter* diagram atau dengan cara matematis. Memakai *scatter* diagram, secara sederhana dapat dilihat apakah data yang ada dapat dinyatakan berada pada suatu garis lurus (*linear*) atau tidak lurus (*nonlinear*).¹⁴ Cara matematis dapat digunakan untuk mengetahui kedudukan data tadi dengan memakai bermacam metode. Metode yang paling sering digunakan yaitu metode kuadrat kecil (*lastsquare*).

Untuk memudahkan, peneliti menggunakan rumus:

$$LB = a + bP$$

Dimana:

LB= Laba Kotor

P= Penjualan

a= Nilai konstan

b= Koefisien

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel dependen terhadap variabel independen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh

¹³Sakti Silaen, *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), hlm. 224.

¹⁴Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 113-114.

variabel lainnya yang tidak dimasukkan kedalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu. dalam penelitaian ini uji ini menggunakan SPSS 22.0.¹⁵ Alasan peneliti menggunakan SPSS 22.0, agar peneliti lebih mudah dalam mengolah data.

e. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pada prinsipnya pengujian hipotesis ini adalah membuat kesimpulan sementara untuk melakukan penyanggahan atau pembenaran dari permasalahan yang akan ditelaah. Sebagai wahana untuk menetapkan kesimpulan sementara tersebut kemudian ditetapkan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.¹⁶ Selanjutnya, adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji ini adalah:

1) Menentukan hipotesis:

Adapun hipotesis dalam penelitian ini:

H_a = Adanya pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

H_0 = Tidak ada pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

¹⁵DuwiPriyatno, *Op.Cit.*, hlm. 79.

¹⁶ Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Infrensi, Dan Nonparametrik* (Jakarta: Kencana,2010), hlm. 293.

- 2) Taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5%
- 3) T hitung (dapat di lihat pada tabel koefisien pada uji regresi linear sederhana kolom T).
- 4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi T pada $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dalam menentukan t tabel dengan menggunakan rumus:

$$df = n - k - 1$$

dimana:

df = derajat kebebasan

n = jumlah data atau 36 data

k = jumlah variable independen atau 1

- 5) Kriteria pengujian

Kriteria pengujian dalam pengujian ini:

H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

Kriteria signifikan dalam pengujian ini:

Signifikan apabila nilai sig < taraf sig (0,05)

Tidak signifikan apabila nilai sig > taraf sig (0,05)

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan

CV. Putra Lubuk Raya Mandiri pertama kali didirikan oleh Bapak Ulki Candra, Abang dari Bapak Avito Candra, pada tanggal 10 Desember 2009 di Padangsidempuan. Bisnis ini secara bertahap berkembang sebagai perusahaan distribusi yang berkomitmen untuk menempatkan diri sebagai salah satu perusahaan distributor yang handal dan terpercaya di Sumatera, dan mampu memberikan nilai dan manfaat yang berharga kepada produsen pengguna jasa dengan terus menerus mengembangkan diri untuk menjadi yang terbaik.

Perusahaan CV. Putra Lubuk Raya Mandiri begitu mulus dalam aktivitasnya. Maka seiring berkembangnya zaman, perusahaan CV. Putra Lubuk Raya Mandiri juga didirikan di Panyabungan oleh Bapak Avito Candra. CV. Putra Lubuk Raya Mandiri di Panyabungan dibentuk pada tahun 2013 yang sebagai manager operational adalah Bapak Avito Candra.

CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan suatu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan (*trading*) yaitu kegiatan yang melakukan transaksi pembelian barang dagang untuk dijual kembali. Perusahaan ini juga bergerak dibidang distribusi (*distribution*) yaitu kegiatan untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen agar produk tersebut tersebar luas.

Moto dari perusahaan ini, yaitu *spirit together* yang berarti semangat bersama. Artinya, menumbuhkan semangat kerja dalam tim dalam melakukan aktivitasnya agar tercapai tujuan yang diharapkan. Terciptanya rasa kekeluargaan diantara karyawan yang menumbuhkan hubungan yang baik tentu akan menambah semangat bagi karyawan tersebut dalam menjalankan aktivitasnya.

Berkembangnya CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan selama enam tahun terakhir dari 2009 sampai 2016 sangat baik. Hal ini ditunjukkan dengan perluasan perusahaan baru di berbagai wilayah, yaitu CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Panyabungan dan CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan.

2. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran CV. Putra Padangsidimpuan di berbagai wilayah, yang tidak terlalu jauh dari perusahaan, yaitu:

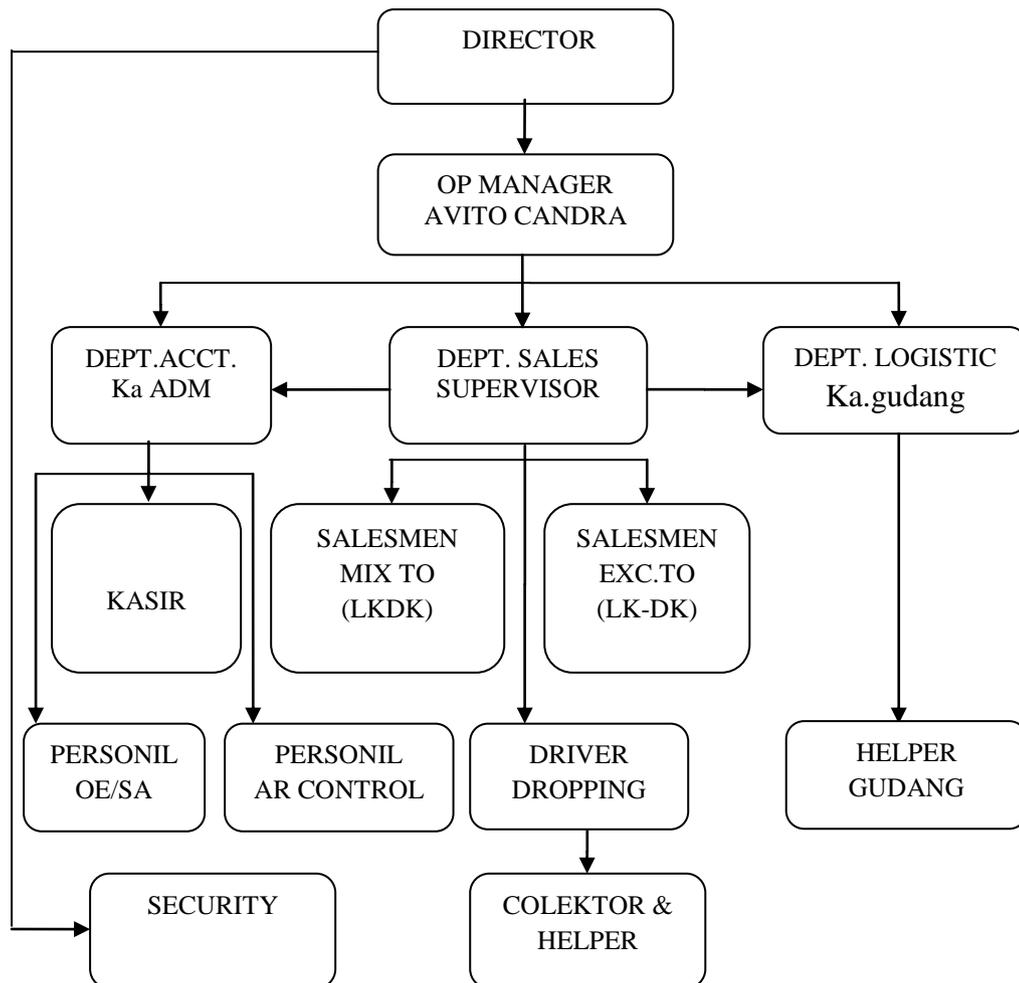
- a. Kota Padangsidimpuan
- b. Tapanuli Selatan
- c. Kabupaten Madina
- d. Kabupaten Padang Lawas
- e. Kabupaten Padang Lawas Utara
- f. Kota Sibolga
- g. Kabupaten Tapanuli Tengah

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu bentuk pelimpahan tugas dan tanggung jawab yang ada pada setiap perusahaan. Struktur organisasi CV.

Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan disusun dengan memperhatikan tingkatan manajemen agar arus komunikasi efisien dan pengambilan keputusan dapat dilakukan secara cepat.

**Gambar IV.1 Struktur Organisasi
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan**



Sumber: CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan

4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Pimpinan Perusahaan

Tugas dan tanggung jawab pimpinan perusahaan yaitu:

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis perusahaan yang telah ditetapkan berikut unit koordinasinya.

- 2) Memastikan kepatuhan tingkat kesehatan seluruh aktifitas perusahaan.
- 3) Memastikan, mengendalikan, dan mengawasi secara langsung unit-unit kerja menurut tugasnya, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan administrasi di lingkungan perusahaan.

b. Operasional *Manager*

Tugas dan tanggung jawab operasional *manager* adalah:

- 1) Memimpin, mengatur, mengendalikan, mengembangkan perusahaan.
- 2) Mengatasi berbagai masalah yang terjadi dalam organisasi.
- 3) Menumbuhkan kepercayaan dan tanggung jawab.
- 4) Melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan perusahaan.
- 5) Menggali dan mengembangkan potensi sumber daya.

c. Salesman

Tugas dan tanggung jawab *salesman* adalah:

- 1) Mengkomunikasikan informasi produk perusahaan.
- 2) Pendekatan, persentase, menjawab keberatan dan menutup penjualan.
- 3) Menyediakan berbagai pelayanan untuk pelanggan, mengatasi keberatan, mengatur keuangan, dan mempercepat pengiriman barang.
- 4) Melakukan riset pasar dan melakukan tindakan tepat.

d. *Sales admin*

Tugas dan tanggung jawab *sales admin* adalah:

- 1) Membuat penawaran harga kepada calon pembeli.
- 2) Merencanakan jadwal pengiriman barang.
- 3) Mengelola penyimpanan *stock* barang.

- 4) Menyiapkan surat jalan untuk pengiriman barang pesanan pelanggan.
- 5) Menyiapkan *invoice* dan faktur pajak.
- 6) Membuat laporan penjualan dan *account receive*.

e. *Ar control*

Tugas dan tanggung jawab *arcontrol* adalah :

- 1) Mencatat dan mengarsipkan seluruh transaksi penjualan dengan benar.
- 2) Membuat file piutang penjualan dengan benar.
- 3) Menyiapkan piutang dagang dan mengelola piutang bermasalah.
- 4) Memeriksa laporan tanda terima tagihan.

f. Kasir

Tugas dan tanggung jawab kasir adalah:

- 1) Menjalankan proses penjualan dan pembayaran.
- 2) Melakukan pencatatan atas semua transaksi.
- 3) Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang.
- 4) Melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan.
- 5) Melakukan pengecekan atas *stock* bulanan.

g. *Chief accounting*

Tugas dan tanggung jawab *chief accounting* adalah:

- 1) Mengkoordinir operasional penyusunan laporan keuangan.
- 2) Membuat *budget* perusahaan dan perencanaan aliran dana.
- 3) Memimpin jalannya rutinitas dibagian keuangan serta bertanggung jawab total di bagian *accounting*.

h. *field supervisor*

Tugas dan tanggung jawab *field supervisor* adalah:

- 1) Bertanggung jawab terhadap keseluruhan sepak terjang pelaksanaan di lapangan.
- 2) Berkewajiban mencari lahan, tenaga kerja dan sistem kerja (antara penanggung jawab dengan pelaksanaan / penggarap dan konsultan).
- 3) Mengkoordinir keseluruhan proses distribusi dan bertanggung jawab terhadap kecukupan sarana.

i. Kepala gudang

Tugas dan tanggung jawab kepala gudang adalah:

- 1) Melakukan penerimaan barang dan meneliti apakah barang yang sesuai dengan faktur pembelian dan surat pesanan.
- 2) Membuat bukti barang masuk.
- 3) Menyiapkan barang sesuai dengan surat pesanan dari relasi untuk dikirim.
- 4) Membuat laporan *stock* barang dan surat permintaan barang yang ditunjukkan kepada direktur logistik.

j. Administrasi gudang

Tugas dan tanggung jawab administrasi gudang adalah:

- 1) Mengurus data di dalam gudang seperti barang masuk dan barang keluar, sisa *stock* gudang dan mencatat permintaan barang dari luar.
- 2) Bertanggung jawab terhadap kesesuaian data dengan *stock* barang yang ada dan melaporkannya ke kepala gudang.

k. *Helper* gudang

Tugas dan tanggung jawab *helpergudang* adalah:

- 1) Membantu secara langsung dalam pengiriman barang kerelasi.
- 2) Mempertanggungjawabkan pelaksanaan kerja ke kepala gudang, melaporkan jika barang tersebut telah dikirim.

l. *Collector*

Tugas dan tanggung jawab *collector* yaitu:

- 1) Mengingatkan kepada pelanggan tanggal jatuh tempo dari cicilan melalui telepon.
- 2) Memberikan pengertian kepada pelanggan mengenai kewajiban dalam hal melakukan pembayaran.

m. *Driver*

Tugas dan tanggung jawab driver adalah:

- 1) Mengantar dan menjemput barang-barang yang berkaitan dengan perusahaan.
- 2) Bertanggung jawab penuh terhadap perlengkapan mobil dan semua yang berkaitan dengan mobil.
- 3) Menjaga kebersihan mobil luar dan dalam setiap hari.
- 4) Memastikan kondisi mobil dalam keadaan baik termasuk kondisi mesin, accu, radiator, oli, ban, dan sebagainya.
- 5) Disiplin waktu, dan parkir ditempat parkir.

n. *Security*

Tugas dan tanggung jawab *security* adalah:

- 1) Menyelenggarakan keamanan dan ketertiban lingkungan atau kawasan kerja.

- 2) Melindungi dan mengamankan segala ancaman yang berasal dari luar atau dalam perusahaan.

5. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam Kerja

Tenaga kerja CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan berjumlah 30 karyawan.

Tabel.IV.1
Jumlah Tenaga Kerja
CV. Omco Jaya Padangsidempuan Tahun 2016

NO	JABATAN	JUMLAH
1	<i>manager operational</i>	1 Orang
2	kepala gudang	1 Orang
3	Supervisor	3 Orang
4	<i>Salesmen</i>	8 Orang
5	Kasir	1 Orang
7	<i>sales admin</i>	2 Orang
8	<i>ar control</i>	2 Orang
9	adm gudang	2 Orang
10	<i>Driver</i>	6 Orang
11	<i>helper gudang</i>	4 Orang
12	<i>Security</i>	2 Orang

Sumber: CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan

Adapun sistem jam kerja pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

Tabel IV.2
Jam Kerja CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan

No	Hari kerja	Jam masuk	Jam istirahat	Jam keluar
1	Senin	08.00	12.00-13.30	16.00
2	Selasa	08.00	12.00-13.30	16.00
3	Rabu	08.00	12.00-13.30	16.00
4	Kamis	08.00	12.00-13.30	16.00
5	Jumat	08.00	12.00-13.30	16.00
6	Sabtu	08.00	12.00-13.30	16.00

Sumber: CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan

6. Produk

Jenis produk yang ditawarkan oleh CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan adalah *consumer goods* yang berarti barang-barang konsumsi. Maksudnya, barang yang dibutuhkan secara rutin dan terus menerus oleh masyarakat. Misalnya produk kebutuhan sehari-hari seperti: sabun, shampoo, sunlight, rinso, dan lain-lain.

Adapun produk pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.3 Daftar Produk
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan**

NO	PRODUK	NO	PRODUK
1	Pond's	1	Axe
2	Lifebuoy	23	Sariwangi
3	Pepsodent	24	Buavita
4	Rexona	25	Rinso
5	Sunsilk	26	Molto
6	Super pell	27	Pureit
7	Lux	28	Omo
8	Walls	29	Magnum
9	Camfort	30	Skippy
10	Citra	31	Clouse up
11	Lipton	32	Timotei
12	Tresseme	33	Blue&band
13	Clear	34	Vaseline
14	Dove	35	Domestos
15	Sunlight	36	Kecap bango
16	Royco	37	Fair & lovely
17	Taro	38	Surf
18	Calve	39	Bab&jerry's
19	Hellmanns	40	Bertolli
20	Mazola	41	Vixal
21	Cif	42	Impulse
22	Flora	43	Kispray

Sumber: CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan

7. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan, yaitu:

- a. Visi : Menjadi di *distributor* yang handal dan terpercaya bagi konsumen di kawasan Sumatera.
- b. Misi : Memberikan pelayanan prima, bersahabat, menguntungkan dan menjadi rekan yang utama bagi pelanggan, konsumen dan komunitas.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Data Laba Kotor

Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Laba kotor merupakan laba yang diperoleh dari pendapatan bersih yang dikurangi oleh biaya (*cost*) bukan beban (*expense*). Dalam menetapkan laba kotor perusahaan, data penjualan yang digunakan adalah penjualan bersih. Laba kotor merupakan hasil dari penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Jadi, laba kotor didapat dari penjualan bersih yang hanya dikurangi dengan harga pokok penjualan.

Laba kotor merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan laba setiap periode yang ditentukan melalui target yang harus dicapai. Penentuan target besarnya laba ini penting guna mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Berdasarkan data-data keuangan yang diperoleh peneliti yaitu laporan laba rugi pada . Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan

selama tiga tahun terakhir yaitu periode 2013 sampai 2015. Data yang digunakan dalam bentuk data bulanan, yaitu bulanan tahun 2013 sampai bulanan tahun 2015.

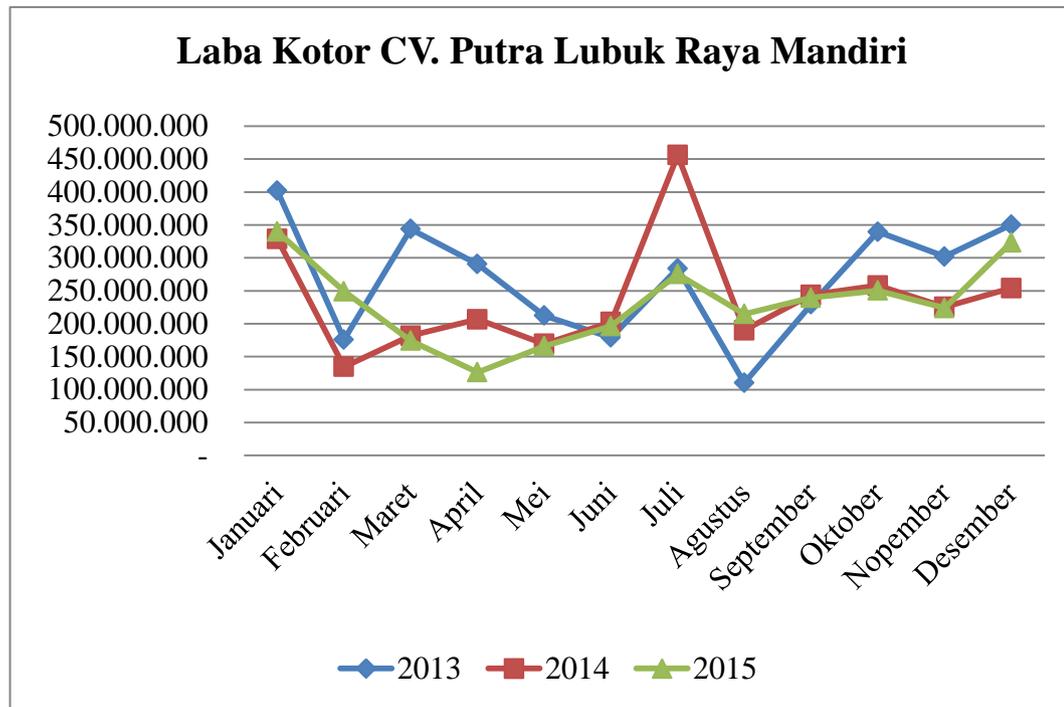
Data laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan sebagai berikut:

**Tabel IV.4 LABA KOTOR
CV. PUTRA LUBUK RAYA MANDIRI PADANGSIDIMPUAN
(dinyatakan dalam Rupiah)**

Bulan	2013	2014	2015
Januari	402.035.273	328.923.503	339.908.329
Februari	176.025.833	134.665.836	249.313.266
Maret	343.850.981	181.851.869	174.151.589
April	290.600.037	206.610.083	126.399.345
Mei	212.290.439	169.289.959	165.948.091
Juni	179.153.319	202.554.097	196.555.128
Juli	283.993.622	456.023.831	275.415.649
Agustus	110.166.164	190.175.905	214.689.254
September	229.326.618	243.926.666	239.497.733
Oktober	339.535.587	258.140.956	250.490.214
Nopember	301.924.768	225.425.999	223.860.678
Desember	350.448.755	254.179.348	323.403.850
TOTAL	3.395.377.229	2.986.433.888	3.242.455.376

Sumber: CV Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan (data diolah), 2016

**Gambar IV.2 Grafik Laba Kotor
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan**



Berdasarkan grafik diatas, dijelaskan bahwa laba kotor pada tahun 2013 Bulan Januari sebesar Rp. 402.035.273 atau mengalami penurunan pada Bulan Februari sebesar 56,21 persen menjadi Rp. 176.025.833 dan mengalami peningkatan pada Bulan Maret sebesar 95,34 persen menjadi Rp. 343.850.981 dan mengalami penurunan pada Bulan April sebesar 15,48 persen menjadi Rp. 290.600.037 dan mengalami penurunan pada Bulan Mei sebesar 26,94 persen menjadi Rp. 212.290.439 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juni sebesar 15,60 persen menjadi Rp. 179.153.319 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juli sebesar 58,51 persen menjadi Rp. 283.993.622 dan mengalami penurunan pada Bulan Agustus sebesar 61,20 persen menjadi Rp. 110.166.164 dan mengalami peningkatan pada

Bulan September sebesar 108 persen menjadi Rp. 229.326.618 dan mengalami peningkatan pada Bulan Oktober sebesar 48,05 persen menjadi Rp. 339.535.587 dan mengalami penurunan pada Bulan Nopember sebesar 11,07 persen menjadi Rp. 301.924.768 dan mengalami peningkatan pada Bulan Desember sebesar 16,07 persen menjadi Rp. 350.448.755.

Laba kotor pada tahun 2014 Bulan Januari sebesar Rp. 328.923.503 atau mengalami penurunan pada Bulan Februari sebesar 59,05 persen menjadi Rp. 134.665.836 dan mengalami peningkatan pada Bulan Maret sebesar 35,03 persen menjadi Rp. 181.851.869 dan mengalami peningkatan pada Bulan April sebesar 13,01 persen menjadi Rp. 206.610.083 dan mengalami penurunan pada Bulan Mei sebesar 18,06 persen menjadi Rp. 169.289.959 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juni sebesar 19,64 persen menjadi Rp. 202.554.097 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juli sebesar 125 persen menjadi Rp. 456.023.831 dan mengalami penurunan pada Bulan Agustus sebesar 58,29 persen menjadi Rp. 190.175.905 dan mengalami peningkatan pada Bulan September sebesar 28,26 persen menjadi Rp. 243.926.666 dan mengalami peningkatan pada Bulan Oktober sebesar 5,22 persen menjadi Rp. 258.140.956 dan mengalami penurunan pada Bulan Nopember sebesar 12,67 persen menjadi Rp. 225.425.999 dan mengalami peningkatan pada Bulan Desember sebesar 12,75 persen menjadi Rp. 254.179.348.

Laba kotor pada tahun 2015 Bulan Januari sebesar Rp. 339.908.329 atau mengalami penurunan pada Bulan Februari sebesar 26,65 persen

menjadi Rp. 249.313.266 dan mengalami penurunan pada Bulan Maret sebesar 30,14 persen menjadi Rp. 174.151.589 dan mengalami peningkatan pada Bulan April sebesar 27,41 persen menjadi Rp. 126.399.345 dan mengalami peningkatan pada Bulan Mei sebesar 31,28 persen menjadi Rp. 165.948.091 dan mengalami penurunan pada Bulan Juni sebesar 18,44 persen menjadi Rp. 196.555.128 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juli sebesar 40,12 persen menjadi Rp. 275.415.649 dan mengalami penurunan pada Bulan Agustus sebesar 22,04 persen menjadi Rp. 214.689.254 dan mengalami peningkatan pada Bulan September sebesar 11,15 persen menjadi Rp. 239.497.733 dan mengalami penurunan pada Bulan Oktober sebesar 4,58 persen menjadi Rp. 250.490.214 dan mengalami penurunan pada Bulan Nopember sebesar 10,63 persen menjadi Rp. 223.860.678 dan mengalami peningkatan pada Bulan Desember sebesar 44,46 persen menjadi Rp. 323.403.850.

2. Data Penjualan

Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa. Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik yang meliputi penjualan tunai maupun penjualan kredit.

Penjualan merupakan aktivitas memperjualbelikan barang atau jasa kepada konsumen. Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan mencapai pasar yang

dituju. Jadi, penjualan adalah suatu proses kegiatan dalam memperjualbelikan barang atau jasa kepada konsumen.

Berdasarkan data-data keuangan yang diperoleh peneliti yaitu daftar penjualan pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan selama tiga tahun terakhir yaitu periode 2013 sampai 2015. Data yang digunakan dalam bentuk data bulanan, yaitu bulanan tahun 2013 sampai tahun 2015.

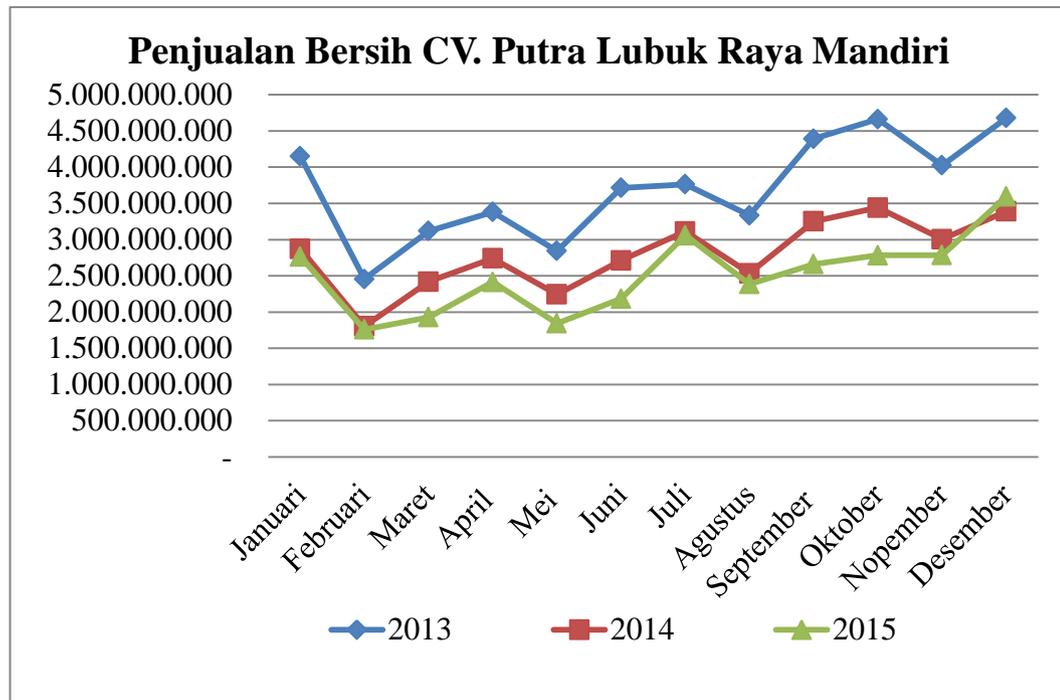
Data penjualan pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan sebagai berikut:

**Tabel IV.5 PENJUALAN BERSIH
CV. PUTRA LUBUK RAYA MANDIRI PADANGSIDIMPUAN
(dinyatakan dalam Rupiah)**

Bulan	2013	2014	2015
Januari	4.150.210.397	2.872.633.521	2.765.645.574
Februari	2.454.882.511	1.804.182.511	1.759.034.374
Maret	3.118.025.967	2.418.525.967	1.928.625.167
April	3.380.123.250	2.741.233.250	2.415.541.450
Mei	2.843.864.548	2.244.864.548	1.843.864.548
Juni	3.714.750.195	2.713.050.195	2.184.058.195
Juli	3.762.156.821	3.113.210.398	3.060.175.821
Agustus	3.335.421.351	2.535.431.361	2.385.413.351
September	4.391.022.796	3.253.335.901	2.661.017.301
Oktober	4.661.795.685	3.441.261.156	2.783.273.201
Nopember	4.025.763.491	3.005.177.177	2.786.869.056
Desember	4.677.977.409	3.389.427.868	3.593.375.062
TOTAL	44.515.994.421	33.532.333.853	30.166.893.100

Sumber: CV Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan (data diolah), 2016

**Gambar IV.3 Grafik Penjualan Bersih
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan**



Berdasarkan grafik diatas, dijelaskan bahwa penjualan bersih pada tahun 2013 Bulan Januari sebesar Rp. 4.150.210.397 atau mengalami penurunan pada Bulan Februari sebesar 40,84 persen menjadi Rp. 2.454.882.511 dan mengalami peningkatan pada Bulan Maret sebesar 27,01 persen menjadi Rp. 3.118.025.967 dan mengalami peningkatan pada Bulan April sebesar 8,40 persen menjadi Rp. 3.380.123.250 dan mengalami penurunan pada Bulan Mei sebesar 15,86 persen menjadi Rp. 2.843.864.548 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juni sebesar 30,62 persen menjadi Rp. 3.714.750.195 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juli sebesar 1,27 persen menjadi Rp. 3.762.156.821 dan mengalami penurunan pada Bulan Agustus sebesar 11,34 persen menjadi Rp. 3.335.421.351 dan mengalami peningkatan pada Bulan September sebesar 31,64 persen menjadi

Rp.4.391.022.796 dan mengalami peningkatan pada Bulan Oktober sebesar 15,79 persen menjadi Rp. 4.661.795.685 dan mengalami penurunan pada Bulan Nopember sebesar 13,64 persen menjadi Rp. 4.025.763.491 dan mengalami peningkatan pada Bulan Desember sebesar 16,20 persen menjadi Rp. 4.677.977.409.

Penjualan bersih pada tahun 2014 Bulan Januari sebesar Rp. 2.872.633.521 atau mengalami penurunan pada Bulan Februari sebesar 37,19 persen menjadi Rp. 1.804.182.511 dan mengalami peningkatan pada Bulan Maret sebesar 34,05 persen menjadi Rp. 2.418.525.967 dan mengalami peningkatan pada Bulan April sebesar 13,34 persen menjadi Rp. 2.741.233.250 dan mengalami penurunan pada Bulan Mei sebesar 18,10 persen menjadi Rp. 2.244.864.548 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juni sebesar 20,85 persen menjadi Rp. 2.713.050.195 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juli sebesar 14,74 persen menjadi Rp. 3.113.210.398 dan mengalami penurunan pada Bulan Agustus sebesar 18,55 persen menjadi Rp. 2.535.431.361 dan mengalami peningkatan pada Bulan September sebesar 28,31 persen menjadi Rp. 3.253.335.901 dan mengalami peningkatan pada Bulan Oktober sebesar 5,77 persen menjadi Rp. 3.441.261.156 dan mengalami penurunan pada Bulan Nopember sebesar 12,67 persen menjadi Rp. 3.005.177.177 dan mengalami peningkatan pada Bulan Desember sebesar 12,78 persen menjadi Rp. 3.389.427.868.

Penjualan bersih pada tahun 2015 Bulan Januari sebesar Rp. 2.765.645.574 atau mengalami penurunan pada Bulan Februari sebesar 36,39 persen menjadi Rp. 1.759.034.374 dan mengalami peningkatan pada Bulan Maret sebesar 9,64 persen menjadi Rp. 1.928.625.167 dan mengalami peningkatan pada Bulan April sebesar 25,24 persen menjadi Rp. 2.415.541.450 dan mengalami penurunan pada Bulan Mei sebesar 23,66 persen menjadi Rp. 1.843.864.548 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juni sebesar 18,45 persen menjadi Rp. 2.184.058.195 dan mengalami peningkatan pada Bulan Juli sebesar 40,11 persen menjadi Rp. 3.060.175.821 dan mengalami penurunan pada Bulan Agustus sebesar 22,04 persen menjadi Rp. 2.385.413.351 dan mengalami peningkatan pada Bulan September sebesar 11,55 persen menjadi Rp. 2.661.017.301 dan mengalami peningkatan pada Bulan Oktober sebesar 4,59 persen menjadi Rp. 2.783.273.201 dan mengalami peningkatan pada Bulan Nopember sebesar 0,12 persen menjadi Rp. 2.786.869.056 dan mengalami peningkatan pada Bulan Desember sebesar 28,93 persen menjadi Rp. 3.593.375.062.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan-ringkasan data seperti mean, standart deviasi, modus, dan lain-lain dari variabel independen (penjualan) dan variabel dependen (laba kotor) .

Tabel 1V.7
Hasil uji statistik deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
laba_kotor	36	135.366.188	350.848.231	232.408.400,08	53.012.783,811
penjualan_bersih	36	1.659.034.274	4.661.795.885	2.863.637.307,36	699.599.485,527
Valid N (listwise)	36				

Sumber: hasil output SPSS 22.0.

Laba kotor pada tabel IV.7 dengan jumlah data (N) sebanyak 36 data, mempunyai rata-rata laba kotor sebesar Rp. 232.408.400,08 dengan nilai minimal Rp. 135.366.188 dan maksimum Rp. 350.848.231 sedangkan standar deviasinya sebesar Rp. 53.012.783,811.

Penjualan bersih pada tabel IV.7 dengan jumlah data (N) sebanyak 36 data mempunyai rata-rata penjualan bersih sebesar Rp. 2.863.637.307,36 dengan nilai minimal Rp. 1.659.034.274 dan maksimum Rp. 4.661.795.885 sedangkan standar diviasinya sebesar Rp. 699.599.485,527.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residu yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residu yang terdistribusi secara normal dari variabel independen (penjualan) dan variabel dependen (laba kotor).

Uji ini mempunyai taraf signifikan sebesar 0,05. Berikut tabel hasil uji normalitas

Tabel IV.8
Hasil Uji Normalitas
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	Df	Sig.
laba_kotor	.120	36	.200*
penjualan_bersih	.106	36	.200*

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: hasil output SPSS 22.0.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan pada kolom *Kolmogorov-Smirnov* dan dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk laba kotor sebesar 0,200, dan penjualan bersih sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi semua variabel lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa pada data variabel laba kotor dan penjualan bersih berdistribusi normal.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah uji yang dilakukan untuk melihat hubungan secara linear antara satu variabel independen (penjualan) dengan variabel dependen (laba kotor). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila mengalami nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel IV.9
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Coefficients)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	69897709.958	25821947.183		2.707	.011
penjualan_bersih	.059	.009	.754	6.685	.000

a. Dependent Variable: laba_kotor
 Sumber: hasil output SPSS 22.0.

Dari hasil Uji koefisien ini dijelaskan secara linier antara penjualan bersih dengan laba kotor apakah ada hubungan secara positif atau negatif antara penjualan bersih dan laba kotor dan untuk memprediksi nilai dari penjualan bersih apabila nilai laba kotor mengalami kenaikan atau penurunan. Berdasarkan tabel di atas, dapat dibuat model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$LK = a + bP$$

LK = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

P = Variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

$$LK = 69897709.958 + 0,059 P$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 69897709.958, artinya jika penjualan nilainya (P) adalah nol (0), maka laba kotor (LK) nilainya sebesar 69897709.958.
- 2) Koefisien regresi variabel penjualan (P) sebesar 0,059 artinya jika penjualan mengalami kenaikan Rp. 1 maka laba kotor (LK) mengalami peningkatan sebesar Rp. 0,059 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan antara penjualan dengan laba kotor. Semakin naik penjualan maka akan semakin meningkat laba kotor.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (laba kotor).

Tabel IV.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.568	.555	36.283.247,379

a. Predictors: (Constant), penjualan_bersih

b. Dependent Variable: laba_kotor

Sumber: hasil output SPSS 22.0.

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dapat diketahui R Square (R^2) yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke dalam bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen. Nilai R^2 sebesar 0,568, artinya sumbangan persentase pengaruh penjualan terhadap laba kotor sebesar 57 persen. Sedangkan 43 persen dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5. Uji hipotesis (Uji t)

Tabel IV.11
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	69897709.958	25821947.183		2.707	.011
¹ penjualan_bersih	.059	.009	.754	6.685	.000

a. Dependent Variable: laba_kotor
Sumber: hasil output SPSS 22.0.

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (penjualan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (laba kotor).

Tabel IV.11 menjelaskan pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan yaitu :

a. Rumusan Hipotesis

H_a = Adanya pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada

CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

H_0 = Tidak ada pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada CV. Putra

Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

b. Penentuan t Hitung

Dari output diatas diperoleh t hitung sebesar 6.685

c. Penentuan t Tabel

T tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $df = 36-1-1 = 34$ Hasil diperoleh dari t tabel= 2,032 (lihat pada tabel lampiran)

d. Kriteria pengujian

- 1) Jika Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika Nilai $t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
Dengan kata lain Jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan kriteria pengujian diatas dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.685 > 2,032$) artinya penjualan bersih memiliki pengaruh terhadap laba kotor CV. Putra Lubuk Raya Mandiri.

e. Kesimpulan Uji t

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.685 > 2,032$) maka H_0 ditolak, jadi kesimpulan bahwa penjualan bersih memiliki pengaruh terhadap laba kotor CV. Putra Lubuk Raya Mandiri.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penjualan merupakan aktivitas memperjual belikan barang atau jasa kepada konsumen. Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan mencapai pasar yang dituju. Penjualan adalah suatu proses kegiatan dalam memperjual belikan barang atau jasa kepada konsumen, menurut Kasmir bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor adalah penjualan yang meliputi faktor harga jual dan faktor jumlah barang yang dijual dan yang mempengaruhi laba kotor adalah harga pokok penjualan yang meliputi harga pokok rata-rata dan jumlah barang yang dijual.

Laba kotor yang tinggi merupakan kunci keberhasilan. Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Laba kotor merupakan hasil dari penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan didapat dari persediaan barang jadi awal ditambah biaya produksi dikurangi persediaan akhir barang jadi. Jadi, laba kotor di dapat dari penjualan bersih yang hanya dikurangi dengan harga jual atau harga pokok penjualan produk. Oleh sebab itu, dari hasil pengolahan data yang dilakukan terdapat pengaruh penjualan terhadap laba kotor. Dengan perkataan lain semakin tinggi penjualan bersih yang ditetapkan maka akan semakin tinggi pula laba kotor yang didapatkan.

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh peneliti menunjukkan:

$$LK = 69897709.958 + 0,059 P$$

$$LK = a + bP$$

$$LK = \text{Laba Kotor}$$

$$P = \text{Penjualan}$$

$$a = \text{Konstanta}$$

$$b = \text{Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)}$$

$$LK = 69897709.958 + 0,059 P$$

Persamaan di atas menunjukkan koefisien P bernilai positif artinya antara kedua variabel memiliki hubungan yang positif. Dengan demikian dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa penjualan berpengaruh terhadap laba kotor pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan. Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh peneliti menunjukkan penjualan berpengaruh

positif terhadap laba kotor sebesar 0,059. Berarti bahwa penjualan pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan sudah berpengaruh terhadap laba kotor. Hasil penelitian ini mempunyai nilai koefisien 0,059. Ini berarti bahwa setiap penambahan penjualan Rp. 1 maka akan menambah laba kotor sebesar Rp. 0,059.

Tingkat penjualan bersih dengan laba kotor dapat dilihat dari hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.685 > 2,032$) hal ini menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji t tersebut dalam penelitian ini menjelaskan adanya Pengaruh penjualan pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan terhadap laba kotor CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

Berdasarkan data yang di peroleh dari CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan berupa penjualan dan laba kotor yang telah diolah menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh terhadap laba kotor dengan sumbangan sebesar 57 persen. sedangkan sisanya 43 persen dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan harus bisa meningkatkan penjualan guna mencapai efisien laba kotor yang diharapkan.

Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa peneliti dalam penelitiannya. Pertama, Asyraf Ali Putra Daniel dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Usaha PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk” Nilai R atau koefisien korelasi peneliti ini sebesar 0.986 atau 98,6 persen memperlihatkan besarnya pengaruh penjualan bersih terhadap laba usaha memperlihatkan bahwa hubungan antara penjualan bersih dan laba usaha adalah positif kuat karena nilai tersebut berkisar antara 0,5 hingga 1.

Sedangkan nilai R^2 atau koefisien determinasi sebesar 0.972 atau 97,2 persen memperlihatkan bahwa penjualan bersih memiliki pengaruh kontribusi sebesar 97,2 persen terhadap laba usaha, sedangkan 2,8 persen lainnya dipengaruhi oleh faktor mikro lain selain penjualan bersih. Nilai t hitung sebesar 10,151 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,776, artinya bahwa penjualan bersih (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba usaha. Artinya apabila terjadi perubahan sedikit saja pada variabel penjualan bersih (X), maka akan langsung terjadi perubahan yang berarti pada laba usaha (Y).

Kedua yaitu hasil penelitian ini didukung oleh Sinar Bulan dalam penelitiannya yang berjudul “ Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor CV.Omco Jaya” nilai koefisien dalam penelitian ini 0,051 ini berarti bahwa setiap penambahan penjualan Rp. 1 akan menambah laba kotor sebesar Rp. 0,051 maka penjualan berpengaruh terhadap laba kotor dengan sumbangan sebesar 47,9 persen sedangkan sisanya 52,1 persen dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,586 > 1,691$ maka H_a diterima dan H_o ditolak dalam penelitian ini.

Ketiga hasil penelitian ini juga didukung oleh peneliti Mufida Warni dalam penelitiannya yang berjudul “ Analisis Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Kotor PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (Sari Roti)” bahwa hasil koefisien korelasi sebesar 0.999 atau 99,9 persen memperlihatkan bahwa hubungan antara penjualan bersih dan laba kotor adalah positif kuat. Sedangkan nilai R^2 atau koefisien determinasi sebesar 0.997 atau 99,7 persen memperlihatkan bahwa penjualan bersih memiliki pengaruh kontribusi sebesar 99,7 persen terhadap laba kotor, sedangkan 0.3 persen lainnya dipengaruhi oleh

faktor lain selain penjualan bersih. Penjualan bersih adalah 0.498, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel penjualan bersih (X) sebesar satu satuan nilai akan meningkatkan laba kotor (Y) sebesar 0.498 satu satuan nilai dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Nilai t hitung sebesar 33,850 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,776, artinya bahwa penjualan bersih (X) memiliki pengaruh yang signifikan. Artinya apabila terjadi perubahan sedikit saja pada variabel penjualan bersih (X), maka akan langsung terjadiperubahan yang berarti pada laba kotor (Y).

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan ini terdapat beberapa kesalahan.

Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Keterbatasan data. Data yang dimaksud yaitu laporan laba rugi perusahaan.
2. Keterbatasan penelitian yang hanya menggunakan penjualan bersih yang mempengaruhi laba kotor.
3. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih minim.
4. keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti 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

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengaruh data pada bab sebelumnya mengenai pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor CV.Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut :

1. Koefisien regresi linear sederhana variabel penjualan sebesar 0,059, artinya jika penjualan mengalami kenaikan Rp. 1, maka laba kotor mengalami peningkatan sebesar Rp. 0,059. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan antara penjualan dengan laba kotor
2. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil sebesar 0, 568. Perhitungan ini menunjukkan bahwa penjualan hanya 57 persen berkontribusi terhadap laba kotor, sedangkan 43 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya.
3. Uji t membuktikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.685 > 2,032$, dan nilai signifikan $<$ taraf signifikan yaitu $0,00 < 0,05$ artinya, penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba kotor pada CV.Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa penjualan bersih berpengaruh terhadap laba kotor pada CV.Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

Sesuai dengan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa penjualan bersih berpengaruh positif terhadap laba kotor pada CV.Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh penjualan bersih terhadap laba kotor pada CV.Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan ada beberapa saran-saran yang diberikan peneliti, yaitu:

1. pihak perusahaan harus melakukan strategi-strategi yang bisa meningkatkan penjualan bersih.
2. Pihak perusahaan harus meningkatkan laba kotor dari periode selanjutnya untuk mencapai target yang diharapkan.
3. Bagi perusahaan, hendaknya manajemen perusahaan lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan kinerja secara keseluruhan seperti peningkatan laba kotor.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menggunakan subjek penelitian, periode penelitian, dan variabel yang berbeda, sehingga dapat menambah wawasan dalam penelitian kinerja keuangan perusahaan serta diharapkan dapat memperoleh hasil yang lebih baik dari penelitian-penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Infrensi, Dan Nonparametrik* (Jakarta: Kencana, 2010)
- Avito Candra, Hasil Wawancara Di CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan, Jum'at, 20 Januari 2017, Pukul: 16.00 WIB.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007)
- Basu Swatsha, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 1989)
- Basu Swastha dan Ibnu Sukitjo, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2002)
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surakarta: CV. Al-Ahnan, 2009)
- Dian Meylina Sihaloho, "Pengaruh Harga Jual Produk Terhadap Marjin Kotor (*Gross Margin*) pada PT. Perkebunan Nusantara IV", (Skripsi, USU, 2007)
- Hendi Suhandi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013)
- Hery, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: CAPS, 2015)
- Irwan Hermansyah dan Eva Ariesti, "Pengaruh Volume Penjualan Buku Cetak Terhadap Peningkatan Laba Bersih (Studi Kasus PT. Indo Perkasa Usahatama Semarang)", (Jurnal, UNS, 2015)
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)
- Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011)
- Jusup Al Haryono, *Dasar-dasar Akuntansi* (Yogyakarta: STIE YKPN, 2011)
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012)
- Lilis Puspitawatid dan Sri Dewi Anggadini, *Sistem Informasi Akuntansi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014)
- Medi Tri Purwanto, "Analisis Laba Kotor sebagai salah satu alat dalam menentukan Harga Jual" (Skripsi, STIE Widya Manggalia Brebes, 2013)
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005)
- Munawir, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty, 2007)
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Sakti Silaen, *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010)

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

Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015)

_____ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009)

_____ *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012)

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998)

Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008)

Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting* (Yogyakarta: BPFE, 2012)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

Nama : NUR HANIFAH BATUBARA
Nim : 12 230 0069
Tempat/TanggalLahir : Bulumario,28 Agustus 1994
JenisKelamin : Perempuan
Anak Ke : 5 dari 5 bersaudara
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Bulumario,Kec.Sipirok
Kab. Tapanuli Selatan

2. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Abdul Gani Batubara
NamaIbu : Nur Hayati Pohan
Alamat : Bulumario,Kec.Sipirok
Kab. Tapanuli Selatan

3. Riwayat Pendidikan

- SD Negeri Bulumario 2000-2006
- MTSN Sapirok 2006-2009
- MAN 1 Padangsidimpuan 2009-2012
- IAIN Padangsidimpuan 2012-2017

Lampiran 1

Daftar Jumlah Tenaga Kerja CV. Omco Jaya Padangsidempuan Tahun 2016

NO	JABATAN	JUMLAH
1	<i>manager operational</i>	1 Orang
2	kepala gudang	1 Orang
3	supervisor	3 Orang
4	<i>salesmen</i>	8 Orang
5	Kasir	1 Orang
7	<i>sales admin</i>	2 Orang
8	<i>ar control</i>	2 Orang
9	adm gudang	2 Orang
10	<i>Driver</i>	6 Orang
11	<i>helper gudang</i>	4 Orang
12	<i>Security</i>	2 Orang

Lampiran 2

Jam Kerja CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidempuan

No	Hari kerja	Jam masuk	Jam istirahat	Jam keluar
1	Senin	08.00	12.00-13.30	16.00
2	Selasa	08.00	12.00-13.30	16.00
3	Rabu	08.00	12.00-13.30	16.00
4	Kamis	08.00	12.00-13.30	16.00
5	Jumat	08.00	12.00-13.30	16.00
6	Sabtu	08.00	12.00-13.30	16.00

Lampiran 3

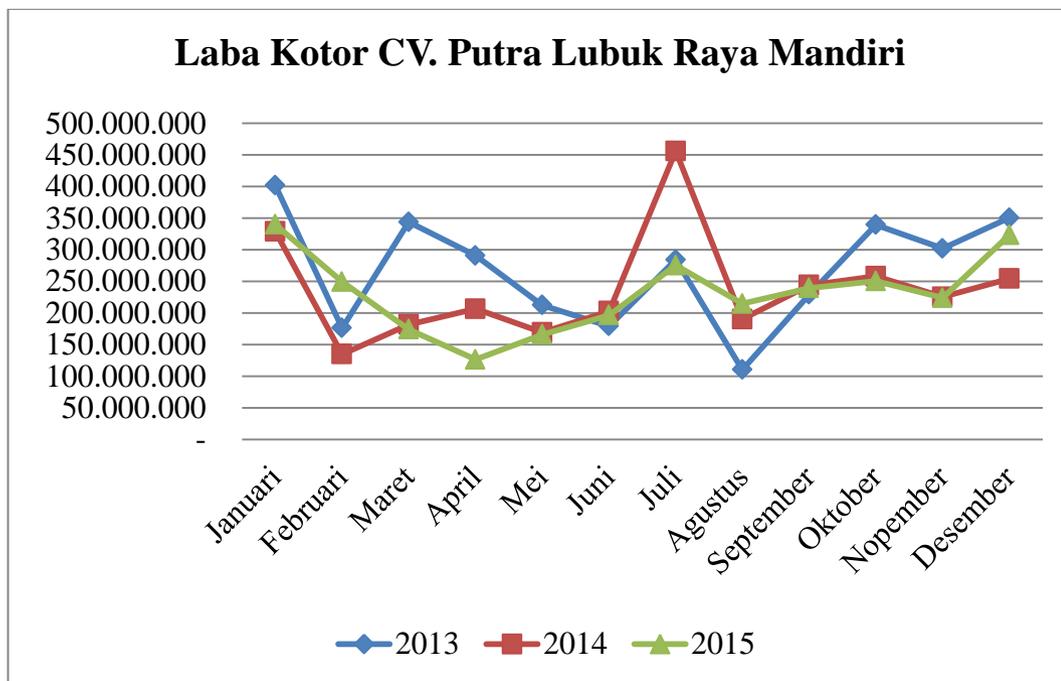
Daftar Produk

CV. Putra Lubuk Raya Madiri Padangsidempuan

No	Produk	No	Produk	No	Produk	No	Produk
1	Pond's	12	Tresseme	23	Axe	34	Blue&band
2	Lifebuoy	13	Clear	24	Sariwangi	35	Vaseline
3	Pepsodent	14	Dove	25	Buavita	36	Domestos
4	Rexona	15	Sunlight	26	Rinso	37	Kecap bango
5	Sunsilk	16	Royco	27	Molto	38	Fair & lovely
6	Super pell	17	Taro	28	Pureit	39	Surf
7	Lux	18	Calve	29	Omo	40	Bab&jerry's
8	Walls	19	Hellmanns	30	Magnum	41	bertolli
9	Camfort	20	Mazola	31	Skippy	42	Vixal
10	Citra	21	Cif	32	Clouse up	43	Impulse
11	Lipton	22	Flora	33	Timotei		

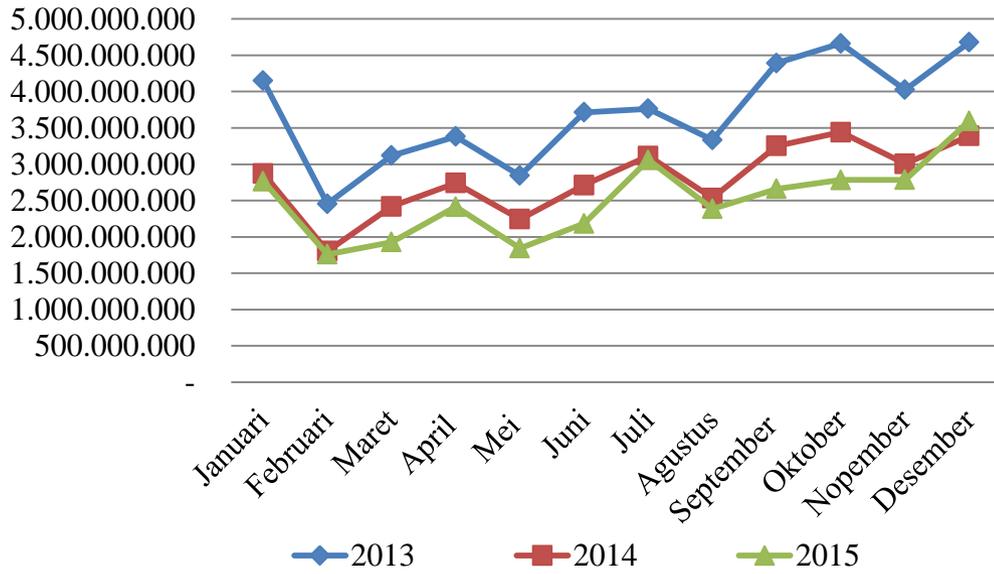
Lampiran 4

Gambar IV.2 Grafik Laba Kotor
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpua



Gambar IV.3 Grafik Penjualan Bersih
CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan

Penjualan Bersih CV. Putra Lubuk Raya Mandiri



Lampiran 5

Hasil uji statistik deskriptif Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
laba_kotor	36	135.366.188	350.848.231	232.408.400,08	53.012.783,811
penjualan_bersih	36	1.659.034.274	4.661.795.885	2.863.637.307,36	699.599.485,527
Valid N (listwise)	36				

Hasil Uji Normalitas Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	Df	Sig.
laba_kotor	.120	36	.200*
penjualan_bersih	.106	36	.200*

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Coefficients)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	69897709.958	25821947.183		2.707	.011
penjualan_bersih	.059	.009	.754	6.685	.000

a. Dependent Variable: laba_kotor

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.568	.555	36.283.247,379

a. Predictors: (Constant), penjualan_bersih

b. Dependent Variable: laba_kotor