

**ANALYSIS OF PRODUCTION COST, MARKETING COST, ADMINISTRATION
AND GENERAL COST TO VOLUME OF SALES AT PT. BENTOEL
INTERNATIONAL INVESTAMA, TBK (2009-2015)**

Sudarmo Sudarmo¹⁾, Hermin Nainggolan²⁾ Rosita Novianti³⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan (STIEPAN)

sudarmo@stie-balikpapan.ac.id

Abstract

This research is purpose to know (1) how much Production Cost, marketing Cost, administration and general cost, influence to the volume of sales, (2) how much partial cost production influence to the volume of sales.

Research subject is PT. Bentoel International Investama, Tbk. Data type in this research is quantitative that taken from financial statement at 2009-2015 in Indonesian Stock Exchange Balikpapan Branch. Data obtained analized with linear multiple regretion. The Result show that (1) Simoultaneously Production Cost, marketing Cost, administration and general cost, are significant influence to the volume of sales, (2) partially Production Cost is significant influence to the volume of sales.

Key Words: Production Cost, marketing Cost, Administration and General Cost, volume of sales

**ANALISIS BIAYA PRODUKSI, BIAYA PEMASARAN, BIAYA
ADMINISTRASI DAN UMUM PADA PT. BENTOEL
INTERNATIONAL INVESTAMA, TBK (2009-2015)**

Sudarmo Sudarmo¹⁾, Hermin Nainggolan²⁾ Rosita Novianti³⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan (STIEPAN)

sudarmo@stie-balikpapan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) besar pengaruh simultan biaya Produksi, biaya Pemasaran, biaya Administrasi dan umum terhadap volume penjualan, (2) besar pengaruh parsial biaya produksi terhadap volume penjualan. Subjek penelitian ini adalah PT. Bentoel International Investama, Tbk. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diambil dari laporan keuangan tahun 2009-2015 di bursa efek Indonesia cabang Balikpapan. Data yang diambil kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) secara simultan berpengaruh signifikan dari biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum terhadap volume penjualan, (2) secara parsial berpengaruh signifikan dari biaya produksi terhadap volume penjualan.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi dan umum

Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan memiliki target atau tujuan untuk dicapai, salah satu tujuan tersebut adalah untuk mendapatkan laba yang tinggi dengan meminimalkan pengeluaran biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi. Laba atau rugi adalah ukuran untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Unsur-unsur yang menjadi bagian pembentuk laba adalah pendapatan dan biaya.

Biaya merupakan salah satu sumber informasi yang digunakan dalam analisis strategi perusahaan. Proses penentuan dan analisis biaya pada perusahaan dapat menggambarkan suatu kinerja perusahaan pada masa yang datang. Pada dasarnya masalah yang timbul dalam suatu perusahaan adalah perencanaan biaya oleh suatu perusahaan tidak sesuai dengan realisasi biaya. Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan suatu pengendalian terhadap biaya produksi yang dikeluarkan.

Selain pengendalian terhadap biaya produksi, kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya juga mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi.

Kegiatan pemasaran perusahaan berpengaruh terhadap volume penjualan jika perusahaan menerapkan strategi dalam penjualan. Pengembangan jenis produk yang bervariasi dengan biaya produksi dan biaya pemasaran yang memadai diharapkan dapat meningkatkan penjualan dalam jumlah yang optimal.

Karena keuntungan bisa diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mengkaji lebih dalam mengenai biaya yang dikeluarkan perusahaan serta volume penjualan pada perusahaan rokok di Indonesia. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyusun Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS BIAYA PRODUKSI, BIAYA PEMASARAN, BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. BENTOEL INTERNATIONAL INVESTAMA, TBK”**.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah Biaya Produksi berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk.
2. Apakah Biaya Pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk
3. Biaya Administrasi dan umum berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang di atas,

maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besar pengaruh Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk.
2. Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk.
3. Biaya Administrasi dan umum terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS Landasan Teori

Biaya Produksi

Dalam penyajian laporan laba rugi konvensional dapat ditemukan pengelompokan biaya menurut fungsi organisasi dimana suatu biaya terjadi. Untuk itu secara garis besar biaya dikelompokkan sebagai biaya pabrik dan biaya nonpabrik. Biaya pabrik yang juga disebut sebagai biaya manufaktur atau biaya produksi.

Menurut Carter and Usry dengan penerjemah Krista (2009:13): “Biaya produksi adalah jumlah dari tiga elemen biaya yaitu biaya bahan baku, biaya langsung dan biaya overhead pabrik”. Menurut Mulyadi (2010:11): “Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, yang digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses”.

Biaya Pemasaran

Dengan meningkatnya jumlah barang yang diproduksi dan adanya peningkatan usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, menimbulkan kegiatan

perdagangan dan usaha pendistribusian barang dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen. Pemasaran dilakukan pada saat itu terutama ditekankan pada kegiatan penyaluran.

Menurut Mulyadi (2010:15) Biaya pemasaran adalah semua biaya yang sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai. Menurut Firdaus (2009:31) Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk menjual suatu produk atau jasa.

Biaya Administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum dalam hal ini dimaksudkan sebagai biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan-kegiatan yang tidak dapat diidentifikasi dengan aktifitas produksi maupun pemasaran. Biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan penyusunan kebijakan dan pengarahannya perusahaan secara keseluruhan. Contoh: gaji direksi, biaya-biaya bagian akuntansi dan personalia, biaya rapat pemegang saham, dan lain-lain.

Menurut Bustami Bastian & Nurlela (2010:4) biaya administrasi dan umum meliputi seluruh biaya eksekutif, organisasi dan biaya tulis menulis yang lebih dekat hubungannya dengan manajemen umum suatu organisasi dibanding dengan pabrik. Menurut Mulyadi (2010:25) biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi. Misalnya biaya gaji, karyawan bagian keuangan, bagian akuntansi, bagian personalia dan bagian hubungan masyarakat.

Volume Penjualan

Pada setiap perusahaan tujuan yang hendak dicapai adalah memaksimalkan profit disamping perusahaan ingin tetap berkembang. Realisasi dari tujuan ini adalah melalui volume penjualan.

Menurut Daryono (2011:187) Volume Penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Menurut Kotler dan Basu Swastha (2007:404) Volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Hipotesis

Sehubungan dengan latar belakang dan permasalahan yang telah dikemukakan terlebih dahulu, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai jawaban sementara atas permasalahan adalah :

1. Biaya Produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk.
2. Biaya Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk.
3. Biaya Administrasi dan Umum berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk.

Definisi Konseptual

Dalam definisi konseptual akan dikemukakan batasan mengenai konsep judul yang menjadi topic permasalahan didalam penulisan ini. Hal tersebut perlu dirumuskan secara tegas agar arah dalam penelitian ini dapat dikemukakan

seusia dengan teorinya yaitu sebagai berikut :

- a. Biaya Produksi (X_1) : Menurut Mulyadi (2010:11) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, yang digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses.
- b. Biaya Pemasaran (X_2) : Menurut Supriyono (2011:20) Biaya pemasaran adalah semua biaya yang telah terjadi dalam rangka memasarkan produk atau barang dagangan, dimana biaya tersebut timbul dari saat produk atau barang dagangan siap dijual sampai dengan diterimanya hasil penjualan menjadi kas.
- c. Biaya Administrasi dan Umum (X_3) : Menurut Mulyadi (2010:25) Biaya Administrasi dan umum adalah biaya-biaya administrasi yang mengkoordinasi kegiatan produksi.
- d. Volume Penjualan (Y) : Menurut Kotler dan Basu Swastha (2008:404) Volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Metode Penelitian

Definisi Operasional

Biaya Produksi (X_1)

Biaya Produksi adalah Biaya-biaya yang digunakan dalam proses produksi meliputi Biaya Bahan Baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Data Penelitian Biaya Produksi di ambil dari saldo Biaya Produksi pada Laporan Laba Rugi PT.Bentoel International Investama, Tbk.

Biaya Pemasaran (X2)

Biaya Pemasaran adalah Biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau barang dagangan sampai ke tangan konsumen. Data Penelitian Biaya Pemasaran di ambil dari saldo Biaya Pemasaran pada Laporan Laba Rugi PT.Bentoel International Investama, Tbk.

Biaya Administrasi dan Umum (X3)

Biaya Administrasi dan Umum adalah Biaya yang berhubungan dengan kegiatan manajemen organisasi atau perusahaan untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi. Data Penelitian Biaya Administrasi dan Umum di ambil dari saldo Biaya Administrasi dan Umum pada Laporan Laba Rugi PT.Bentoel International Investama, Tbk.

Volume Penjualan (Y)

Volume Penjualan adalah Jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Data Penelitian Volume Penjualan di ambil dari saldo Volume Penjualan pada Laporan Laba Rugi PT.Bentoel International Investama, Tbk.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah PT. Bentoel International Investama, Tbk cabang Balikpapan.

Menurut Sugiyono (2014:8), Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan (Laporan Laba Rugi) selama 7 tahun (2009 – 2015) serta catatan akuntansi yang mendukung yang berhubungan dengan Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Biaya

administrasi dan umum dan Volume Penjualan.

Adapun metode dan desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang obyeknya variabel masa lalu dan masa saat ini (menggambarkan variabel-variabel yang sedang diteliti) dengan data yang berbentuk angka yang setelah dianalisa memperoleh pemecahan yang tepat. Karena penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya.

Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperoleh dalam penulisan ini, maka penulis melakukan penelitian pada perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur, khususnya perusahaan rokok di Indonesia dengan mengambil data sekunder berupa data keuangan perusahaan tersebut. Pengambilan data di lakukan di Bursa Efek Indonesia cabang Balikpapan dengan alamat Jl. Jend Sudirman No.33 Balikpapan.

Sumber dan Jenis Data

Sumber data berasal dari Bursa Efek Indonesia cabang Balikpapan dan datang langsung ke Bursa Efek Indonesia cabang Balikpapan. Adapun jenis data yang digunakan adalah data sekunder yakni laporan keuangan perusahaan manufaktur yaitu perusahaan rokok di Indonesia selama 7 tahun (2009 – 2015), dan catatan akuntansi lainnya yang mendukung.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah

dengan metode dokumentasi yaitu berupa laporan keuangan perusahaan yang berbentuk laporan laba rugi periode 2009 – 2015.

Metode Analisa Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang merupakan alat analisis data yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian yaitu bersamaan hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Secara Simultan (bersama-sama atau Uji F)

Uji regresi simultan (bersama-sama) merupakan pengkajian untuk mengetahui apakah variabel bebas (independent variabel) secara bersama-sama berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel tidak bebas (dependent variabel). Dalam pengujian F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan derajat signifikan 5% atau dengan melihat tingkat probabilitas kesalahannya.

b. Uji Regresi Parsial (t-test)

Pengujian parsial masing-masing variabel bebas dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individu variabel bebas secara mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel tidak bebas (dependent variabel). Dalam hal ini digunakan uji-t (t-test) dari koefisien regresi masing-masing variabel bebas. Dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% atau dengan melihat tingkat probabilitas kesalahannya.

c. Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Koefisien korelasi mempunyai nilai antara -1 sampai 1, nilai koefisien yang mendekati -1 atau 1 menyatakan bahwa hubungan kedua variabel adalah kuat atau korelasi kedua variabel tinggi. Jika R mendekati nol, hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau mungkin tidak ada sama sekali. Selanjutnya adalah mengukur besarnya total variasi dari variabel bebas X_1 dan X_2 terhadap variabel Dependen Y dengan formulasi R^2 (Koefisien Determinasi).

Menurut Ghazali (2009:15) nilai R^2 berada antara 0 hingga 1, semakin mendekati 1 maka variabel independen secara simultan semakin mempunyai pengaruh yang kuat dalam menjelaskan variabel dependen, jika semakin mendekati 0 maka secara simultan variabel independent X semakin lemah pengaruhnya terhadap variabel dependen Y.

Pengujian Asumsi Klasik

1. Multikolineritas

Menurut Husein Umar (2011:177) mengemukakan bahwa multikolineritas adalah salah satu asumsi regresi linier adalah korelasi yang sempurna, atau korelasi sempurna tetapi relative sangat tinggi, pada variabel-variabel bebas yang biasanya disimpulkan dengan X_1 dan X_2 . Multikolineritas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Mendeteksi adanya multikolineritas dilakukan dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor). Ukuran ini menunjukan setiap variabel bebas

manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan digres terhadap variabel bebas lainnya. Bila nilai VIF > 5 berarti boleh terjadi multikolinieritas, begitu juga sebaliknya apabila nilai VIF < 5 berarti tidak terjadi multikolinieritas.

2. Heteroskedastisitas

Menurut Husein Umar (2011:179) asumsi klasik mengatakan bahwa model tidak boleh terjadi heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat dari adanya ketidaksamaan varians residu dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residunya berbeda maka terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi kemungkinan terjadinya gejala tersebut adalah dengan melihat pada grafik dimana sumbu X dan Y yang lebih diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di standarisasi. Jika ada pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Lebih lanjut gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dari varians residu yang mendekati nol.

3. Autokorelasi

Menurut Husein Umar (2011:182) mengemukakan bahwa autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antar data yang ada pada variable penelitian.

Pengujian terhadap autokorelasi, berarti bahwa suatu model tidak boleh terjadi korelasi antar variabel sisa (e_1) dengan variabel tidak biasanya (Y). Pengujian autokorelasi dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu ada periode t dengan kesalahan pada periode $t = 1$

(sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson.

Durbin Watson dengan pendekatan sebagai berikut :

- Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Hasil dan Pembahasan

Analisa Data

Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linier berganda hasil print out komputer dengan menggunakan program SPSS versi 20 (*Statistical Product and Services Solution*), maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-7065505.868	953754.487		-7.409	.005					
Biaya Produksi	2.198	.463	.344	4.749	.010	.886	.939	.211	.379	2.639
Biaya Pemasaran	1.091	.434	.166	2.517	.086	.793	.824	.112	.454	2.202
Biaya Administrasi dan umum	16.545	1.882	.591	8.800	.001	.944	.982	.396	.449	2.226

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda untuk PT. Bentoel International Investama, Tbk sebagai berikut:

$$Y = -7.065.505.868.595.789 + 2.198X_1 + 1.091X_2 + 16.545X_3$$

Pada persamaan regresi linier berganda diatas, maka dapat dilihat hubungan antara variabel tergantung (Y) atau Volume Penjualan dengan variabel bebas yaitu Biaya Produksi (X_1), Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan umum (X_3) adalah konstan. Hal ini bisa dilihat pada koefisien bila positif berarti perubahan X searah dengan perubahan Y, bila negatif berarti hubungan antara X dengan Y berubah arah secara berlawanan.

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas menunjukan bahwa konstanta adalah sebesar - 7.065.505.868.595,780 yang artinya jika tanpa variabel bebas yang terdiri dari Biaya Produksi (X_1), Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan umum (X_3) adalah konstan atau tetap, maka Volume Penjualan PT. Bentoel International Investama, Tbk akan berkurang sebesar Rp. 7.065.505.868.595,780.

Hubungan variabel Biaya Produksi (X_1) terhadap Volume Penjualan mempunyai hubungan yang positif. Berarti bahwa setiap jumlah Biaya Produksi (X_1) naik sebesar satu satuan, maka menambah tingkat Volume Penjualan sebesar koefisien 2.198. Secara parsial jika ada peningkatan variabel Biaya Produksi (X_1) sebesar satu juta, maka pada rata-ratanya akan meningkatkan Volume Penjualan sebesar Rp. 2.198 dengan asumsi variabel bebas lainnya seperti Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan umum (X_3) adalah konstan.

Hubungan variabel Biaya Pemasaran (X_2) terhadap Volume Penjualan mempunyai hubungan yang positif. Berarti bahwa setiap jumlah Biaya Pemasaran (X_2) naik sebesar satu satuan, maka menambah tingkat Volume Penjualan sebesar koefisien 1.091. Secara parsial jika ada peningkatan variabel

Biaya Pemasaran (X_2) sebesar satu juta, maka pada rata-ratanya akan meningkatkan Volume Penjualan sebesar Rp. 1.091 dengan asumsi variabel bebas lainnya seperti Biaya Produksi (X_1), Biaya Administrasi dan umum (X_3) adalah konstan.

Hubungan variabel Biaya Administrasi dan umum (X_3) terhadap Volume Penjualan mempunyai hubungan yang positif. Berarti bahwa setiap jumlah Biaya Administrasi dan umum (X_3) naik sebesar satu satuan, maka menambah tingkat Volume Penjualan sebesar koefisien 16.545. Secara parsial jika ada peningkatan variabel Biaya Administrasi dan umum (X_3) sebesar satu juta, maka pada rata-ratanya akan meningkatkan Volume Penjualan sebesar Rp. 16.545 dengan asumsi variabel bebas lainnya seperti Biaya Produksi (X_1) dan Biaya Pemasaran (X_2) adalah konstan.

Pengujian Hipotesis

1. Uji F (f-test)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	672926154371031800000000000	3	22430871812367727000000000	166,999	,001 ^b
Residual	4029528820985310600000000	3	1343176273661770200000000		
Total	676955683192017000000000000	6			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

b. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan Umum, Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

Berdasarkan pada uji ANOVA atau Uji-F, seperti pada data diatas bahwa diperoleh F_{hitung} sebesar 166,999 pada taraf signifikan $\alpha = 0,001$. Untuk mencari F_{tabel} dengan teknik sebagai berikut:

Uji-f		
Rumus mencari F tabel adalah $(k=n-k)$ k : jumlah variabel independent (bebas)		
K = 3	K=(n-k)	n : jumlah responden atau sampel penelitian
N = 7	3=(7-3)	
	3/4	F tabel : 6,59
	Jadi	
	K : 3	
	N : 4	

($F_{hitung} = 166,999 > F_{tabel} = 6,59$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa Biaya Produksi (X_1), Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan umum (X_3) secara bersama-sama (secara simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, maka hipotesis pertama terbukti.

2. Uji T (t-test)

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	
1 (Constant)	-7045505,869	953754,487			-7,400	,000				
Biaya Produksi	2,198	,463	,344	4,748	,010	,088	,939	,211	,379	2,639
Biaya Pemasaran	1,091	,434	,168	2,517	,046	,793	,824	,112	,454	2,202
Biaya Administrasi dan umum	16,545	1,862	,591	8,888	,003	,944	,982	,396	,449	2,228

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Dalam uji-t terlihat pada data diatas yang membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} serta dengan melihat r parsial, pada t_{tabel} dengan taraf kepercayaan 95% atau pada taraf signifikansi $\alpha = 0.05$ yang dibandingkan dengan nilai t_{hitung} . Untuk mencari t_{tabel} dengan teknik sebagai berikut:

Rumus :	
t tabel = tingkat kepercayaan dibagi 2; jumlah responden atau sampel penelitian dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi 1)	
t tabel = $(\alpha/2 ; n-k-1)$	
t tabel = $(0,05/2 ; 7-3-1)$	
t tabel = $(0,05/2 : 3)$	
t tabel = 0,025 ; 3	
3,182	

Penjelasan secara parsial sebagai berikut:

- Pengaruh variabel Biaya Produksi (X_1) terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk dimana koefisien parsial variabel Biaya Produksi (X_1) adalah sebesar 0,939 artinya bahwa variabel Biaya Produksi (X_1) memberikan kontribusi sebesar 93,9% terhadap Volume Penjualan. Dengan asumsi bahwa Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan umum (X_3) dalam keadaan konstan. Selanjutnya nilai $t_{hitung} 4,748 > t_{tabel} 3,182$, hal ini berarti bahwa variabel Biaya Produksi (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama.Tbk.
- Pengaruh variabel Biaya Pemasaran (X_2) terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk dimana koefisien parsial variabel Biaya Pemasaran (X_2) adalah sebesar 0,824 artinya bahwa variabel Biaya Pemasaran (X_2) memberikan kontribusi sebesar 82,4% terhadap Volume Penjualan. Dengan asumsi bahwa Biaya Produksi (X_1), Biaya Administrasi dan umum (X_3) dalam keadaan konstan. Selanjutnya nilai $t_{hitung} 2,517 < t_{tabel} 3,182$, hal ini berarti bahwa variabel Biaya Pemasaran (X_2) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama.Tbk.
- Pengaruh variabel Biaya Administrasi dan umum (X_3) terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk dimana koefisien parsial variabel Administrasi dan umum (X_3) adalah sebesar 0,982 artinya bahwa variabel Biaya Administrasi dan umum (X_3) memberikan kontribusi sebesar 98,2% terhadap Volume Penjualan. Dengan

asumsi bahwa Biaya Produksi (X_1) dan Biaya Pemasaran (X_2) dalam keadaan konstan. Selanjutnya nilai t_{hitung} 8,888 > t_{tabel} 3,182, hal ini berarti bahwa variabel Biaya Administrasi dan umum (X_3) mempunyai pengaruh yang *signifikan* terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama.Tbk.

Dimana dari ketiga variabel bebas yaitu Biaya Produksi (X_1) mempunyai pengaruh yang *signifikan* terhadap Volume Penjualan, Biaya Pemasaran (X_2) mempunyai pengaruh yang *tidak signifikan* terhadap Volume Penjualan, Biaya Administrasi dan umum (X_3) mempunyai pengaruh yang *signifikan* terhadap Volume Penjualan. Dengan demikian bahwa Biaya Produksi (X_1) memberikan kontribusi sebesar 93,9%, Biaya Pemasaran (X_2) memberikan kontribusi sebesar 82,4% sedangkan Biaya Administrasi dan umum (X_3) memberikan kontribusi sebesar 98,2%. Hal ini berarti bahwa Biaya Produksi (X_1) mempunyai pengaruh dominan terhadap Volume Penjualan. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga hipotesis kedua terbukti.

3. Uji R dan R²

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.997 ^a	.994	.988	366493,693	.994	168,999	3	3	.001	2,398

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan umum, Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Berdasarkan besarnya multiple R = 0,997 atau 99,7% menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) dengan variabel tergantung (Y) atau Volume Penjualan mempunyai suatu pengaruh. Dengan demikian hubungan ketiga variabel bebas yakni Biaya

Produksi (X_1), Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan umum (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama, Tbk. Berarti menunjukkan variasi naik turunnya Volume Penjualan dipengaruhi oleh Biaya Produksi (X_1), Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan umum (X_3).

Hubungan variabel bebas yaitu Biaya Produksi (X_1), Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan umum (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Volume Penjualan sebesar $R^2 = 0,994$ atau 99,4%, sedangkan sisanya 0,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diketahui.

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

1. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-706595,869	953754,487		-7,408	.005					
Biaya Produksi	2,188	,463	,344	4,748	.018	,886	,939	,211	,379	2,638
Biaya Pemasaran	1,091	,434	,166	2,517	,086	,793	,824	,112	,454	2,202
Biaya Administrasi dan umum	16,545	1,862	,591	8,888	.003	,944	,982	,386	,449	2,226

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Berdasarkan hasil perhitungan dalam table diatas terlihat bahwa nilai *Tolerance* dan *VIF* dari setiap variabel dependen berada jauh dari angka 5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada *multikolinieritas* antara variabel independen dalam model regresi.

2. Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-706595,869	953754,487		-7,408	.005					
Biaya Produksi	2,188	,463	,344	4,748	.018	,886	,939	,211	,379	2,638
Biaya Pemasaran	1,091	,434	,166	2,517	,086	,793	,824	,112	,454	2,202
Biaya Administrasi dan umum	16,545	1,862	,591	8,888	.003	,944	,982	,386	,449	2,226

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Berdasarkan pada tabel diatas, melihat koefisien beta pada masing-masing variabel Biaya Produksi sebesar 0,344 Biaya Pemasaran sebesar 0,166 Biaya Administrasi dan umum sebesar 0,591 adalah lebih besar dari pada taraf signifikan 0,05. Hal ini berarti tidak ada *heteroskedastisitas* antara variabel dependent dengan model regresi.

3. Autokorelasi

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.989 ^a	.998	.996	1283788,006	.998	446,158	3	3	.000	2,164

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan umum, Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai DW sebesar 2,396 sehingga dapat dilihat dari tabel DW nilai dL adalah 0,46723 dan nilai dU adalah 1,89636 maka karena nilai DW sebesar 2,396 terletak diantara 4-dU dan 4-dL jadi dapat dilihat bahwa tidak ada keputusan autokorelasi.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda untuk PT. Bentoel International Investama, Tbk sebagai berikut:

$$Y = -7.065.505.868.595.780 + 2.198X_1 + 1.091X_2 + 16.545X_3$$

Pada persamaan linier berganda diatas menunjukkan bahwa konstanta adalah sebesar -7.065.505.868.595,780 yang artinya jika variabel bebas yang terdiri dari variabel Biaya Produksi (X_1), Biaya Pemasaran (X_2), Biaya Administrasi dan

umum (X_3) adalah konstan atau tetap. Volume Penjualan pada PT. Bentoel International InvestamaTbk adalah sebesar -7.065.505.868.595.780 satu satuan. Koefisien regresi variabel bebas yang bertanda negatif berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang berlawanan arah terhadap variabel terikatnya. Sehingga bila variabel independen naik maka variabel dependen turun.

a. **Hipotesis Pertama terbukti**, berdasarkan uji-t nilai t_{hitung} 8,888 > t_{tabel} 3,182, hal ini berarti bahwa variabel Biaya Produksi (X_1) Dimana Biaya Produksi (X_1) memberikan kontribusi sebesar 93.9% lebih besar dibandingkan Biaya Pemasaran (X_2) sebesar 82,4% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga hipotesis kedua terbukti.

b. **Hipotesis Kedua tidak terbukti**, berdasarkan uji-t nilai t_{hitung} 8,888 > t_{tabel} 3,182, hal ini berarti bahwa Biaya Pemasaran (X_2) sebesar 824% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga hipotesis kedua tidak terbukti.

c. **Hipotesis Ketiga** Biaya Administrasi dan umum (X_3) mempunyai pengaruh yang *signifikan* terhadap Volume Penjualan pada PT. Bentoel International Investama.Tbk. Dimana Biaya Administrasi dan umum (X_3) memberikan kontribusi sebesar 98.2% lebih besar dibandingkan Biaya Pemasaran (X_2) sebesar 82,4% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga hipotesis kedua terbukti.

Berdasarkan hasil analisis diatas, maka diperoleh hasil pengujian asumsi klasik pada PT. Bentoel International Investama, Tbk sebagai berikut:

a. Uji asumsi klasik *multikolinieritas*, bahwa variabel Biaya Produksi (X_1)

- VIF = 2,639 Biaya Pemasaran (X_2)
VIF = 2,202 Biaya Administrasi dan umum (X_3) VIF = 2,226 dari ketiga variabel bebas tersebut dinyatakan bahwa nilai VIF diatas adalah lebih kecil dari 5 (Lima), maka hal ini menunjukan bahwa tidak terjadi *multikolinieritas* diantara variabel bebasnya.
- b. Uji asumsi klasik *heteroskedastisitas*, bahwa koefisien beta pada masing-masing variabel Biaya Produksi (X_1) 0,344 Biaya Pemasaran (X_2) 0,166 Biaya Administrasi dan umum (X_3) 0,591 adalah lebih besar dari pada taraf signifikan 0.05. Hal ini berarti tidak ada *heteroskedastisitas* antara variabel dependent dengan model regresi.
- c. Uji asumsi klasik *autokorelasi*, dimana Durbin Watson test adalah 2,396 sehingga dapat dilihat dari tabel DW nilai dL adalah 0,46723 dan nilai dU adalah 1,89636 maka nilai DW 2,396 > nilai dU 1,89636. Jadi dapat dilihat bahwa tidak terdapat *autokorelasi* diantara variabel-variabel tersebut, sehingga asumsi regresi linier klasik dapat dipenuhi.
- rentabilitas perusahaan dapat meningkat.
2. Biaya Produksi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Volume Penjualan maka Biaya Produksi harus diperhitungkan dengan baik karena mempengaruhi besar kecilnya harga jual yang mempengaruhi besar kecilnya volume penjualan yang pada akhirnya akan mempengaruhi keuntungan yang diperoleh perusahaan.
 3. Perusahaan perlu mengevaluasi Biaya Pemasaran yang saat ini diterapkan, yang mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap Volume Penjualan. Oleh karena itu maka strategi pemasaran menjadi salah satu strategi yang baik untuk memasarkan suatu produk seperti mengikuti pameran, promosi melalui cetak media atau elektronik dan perusahaan dapat menggunakan tenaga SPG (*sales promotion girls*) sesuai kebutuhan sehingga pemasaran produk terhadap konsumen dapat berjalan dengan baik.

Saran

Berdasarkan analisis, pembahasan dan kesimpulan diatas maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi dan umum berpengaruh secara simultan terhadap Volume Penjualan maka Perusahaan harus mengadakan pengawasan dan pengontrolan terhadap semua biaya-biaya yang terjadi agar dana yang ada dalam perusahaan dapat digunakan secara efisiensi dan efektif sehingga tingkat

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan. **Manajemen Pemasaran** Edisi Pertama. Rajagrafindo, 2013.
- Bastian, Bustami dan Nurlela. **Akuntansi Biaya** Edisi Keempat. Graha Ilmu, 2010.
- Basu, Swastha Irawan. **Manajemen Pemasaran** Edisi Kedelapan. Liberty, 2007.
- Carter, William K. **Akuntansi Biaya** Edisi Keempat Belas. Salemba Empat, 2009.
- Dunia, Firdaus Ahmad. **Akuntansi Biaya**, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri. **Teori Akuntansi**, Edisi Keempat. Kencana, 2014.
- Ghozali, Imam. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Edisi Keempat. Universitas Diponegoro, 2009.
- Karyawati, Golrida. **Akuntansi Keuangan Lanjutan**, Edisi Pertama. Airlangga, 2012.
- Kholmi, Masiyah dan Yuningsih. **Akuntansi Biaya**, Malang: PT. Remaja Rosdakarya, 2009..
- Kotler, Philip. **Manajemen Pemasaran**, Edisi Kedua Belas. PT.Indeks, 2007.
- Martana, Dewa Putu Agus. **Pengaruh Jenis Produk, Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan pada CV. Bangkuwang**, e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha. Volume 3, 2015.
- Martani, Dwi. **Akuntansi Keuangan Menengah** Edisi Kedua. Salemba Empat, 2012.
- Mulyadi. **Akuntansi Biaya**, Edisi Kelima. Universitas Gajah Mada, 2010.
- Munawir, H.S. **Analisa Laporan Keuangan**, Edisi Keempat. Universitas Gajah Mada, 2014.
- Mursyidi. **Akuntansi Biaya**, Bandung: Refika Aditama, 2008.
- Prihantara, Kadek Dody Slamet. **Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan pada UD. Nata Jati Mebel**, e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha. Volume 3, 2015.
- Putra, I Gede Eka Sanjaya. **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan**, e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha. Volume 4, 2016.
- Raharjaputra, Hendra S. **Manajemen Keuangan dan Akuntansi**, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Rangkuto, Freddy. **Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication**, Edisi Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Rudianto. **Akuntansi Manajemen**, Yogyakarta: Grasindo, 2009.
- Samryn, LM. **Akuntansi Manajemen** Edisi Pertama. Kencana, Prenada Media Group, 2013.
- Sugiyono. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Edisi Pertama. Alfabeta, 2014.
- Sunyoto, Danang. **Metode Penelitian Akuntansi**, Edisi Pertama. Bandung: Refika Aditama, 2013.
- Supriyono. **Manajemen Biaya**, Edisi Pertama. Universitas Gajah Mada, 2011.
- Supriyono. **Akuntansi Biaya** Edisi Kedua. Universitas Gajah Mada, 2011.

- Tunggal, Amin Widjaja. **Dasar-dasar Akuntansi Biaya dan Manajemen**, Edisi Pertama. Harvarindo, 2011.
- Umar, Husein. **Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis** Edisi Kedua. Rajawali Pers, 2011.
- Usry, Hammer Lawrence & Carter William K. **Akuntansi Biaya** Edisi Ketiga Belas. Salemba Empat, 2009.
- Weygant, Jerry J. Weygant, Donald E. Kieso, Paul D. Kimmel. **Pengantar Akuntansi**, Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Yadiati, Winwin. **Pengantar Akuntansi**, Edisi Revisi. Kencana, 2010