

ANALISIS PENGARUH BIAYA JASA PROFESIONAL TERHADAP PENJUALAN PT ABC TAHUN 2011-2016

Susianawati¹⁾, Lihan²⁾, Irawan³⁾

¹⁾Mahasiswa, ²⁻³⁾Dosen pengajar PS Akuntansi

Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung Jl. Soekarno-Hatta No.10
Rajabasa, Bandar Lampung, Telp (0721) 787309

Susiana160894@gmail.com

ABSTRAK

Penjualan merupakan salah satu aktivitas perusahaan yang sangat penting, karena dengan adanya aktivitas penjualan maka perusahaan dapat memperoleh pendapatan dari aktivitas penjualan tersebut. Perusahaan dalam melaksanakan aktivitas penjualan, untuk memperoleh hasil penjualan yang maksimal melakukan berbagai macam cara, salah satunya adalah menekankan biaya yang berpengaruh terhadap penjualan seperti biaya penjualan dan pemasaran. Di dalam biaya penjualan dan pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan terdapat aktivitas jasa profesional. Jasa profesional adalah aktivitas tidak berwujud yang menyediakan jasa untuk kepuasan pelanggan sesuai dengan keahlian di bidang tertentu. Jasa profesional masuk ke dalam biaya penjualan dan pemasaran karena dalam kegiatan penjualan dan pemasaran PT ABC memerlukan jasa profesional untuk membantu aktivitas penjualan dan pemasaran produk. Tujuan dari analisis ini, yaitu untuk mengetahui apakah biaya jasa profesional berpengaruh terhadap penjualan PT ABC. Metode penulisan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan data yang dikelola berasal dari pengumpulan dokumentasi. Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa biaya jasa profesional tidak berpengaruh terhadap penjualan PT ABC. Nilai koefisien determinasi atau nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,387 yang artinya bahwa biaya jasa profesional berpengaruh sebesar 38,7% terhadap penjualan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel} = 1,589 < 2,132$, maka H_0 diterima, artinya biaya jasa profesional tidak berpengaruh terhadap penjualan.

Kata Kunci: Penjualan, Jasa Profesional, dan Regresi Sederhana.

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha dan sejalan dengan kebijakan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan sektor industri, maka persaingan antar

perusahaan baik untuk perusahaan sejenis maupun tidak sejenis semakin meningkat.

Tujuan perusahaan adalah untuk mencari laba karena laba merupakan salah satu syarat demi kelangsungan

hidup perusahaan. Besar kecilnya laba yang diperoleh menjadi ukuran sukses tidaknya manajemen dalam mengelolah perusahaan yang dipimpinnya. Untuk itulah, perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan yang diperoleh dari waktu ke waktu (Syaharuddin, 2015).

Penjualan merupakan sebuah aktivitas yang mengakibatkan arus barang keluar perusahaan, sehingga Perusahaan memperoleh penerimaan uang dari pelanggan (Rudianto, 2012).

Hasil penjualan yang optimal akan menyebabkan laba yang diperoleh semakin besar, karena sumber utama laba perusahaan berasal dari penjualan. Laba yang besar diperoleh, apabila penjualan lebih besar dari biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan, Sehingga faktor utama yang mempengaruhi besar atau kecilnya laba yaitu selisih penjualan dengan biaya.

Salah satu faktor mempengaruhi penjualan yaitu kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran, mengharuskan perusahaan untuk melakukan pengeluaran kas, sehingga

pengeluaran kas tersebut, menjadi beban perusahaan yang dikelompokkan ke dalam biaya pemasaran.

PT ABC merupakan perusahaan milik negara yang bergerak di bidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan terbarukan. Biaya yang digunakan PT ABC dalam aktivitas pendistribusian produknya dikelompokkan ke dalam biaya penjualan dan pemasaran. Di dalam biaya penjualan dan pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan terdapat aktivitas jasa profesional.

Jasa profesional adalah aktivitas tidak berwujud yang menyediakan jasa untuk kepuasan pelanggan sesuai dengan keahlian di bidang tertentu. Jasa profesional masuk ke dalam biaya penjualan dan pemasaran karena dalam kegiatan penjualan dan pemasaran, PT ABC memerlukan jasa profesional untuk membantu aktivitas penjualan dan pemasaran produk.

Penggunaan jasa profesional mengakibatkan perusahaan melakukan pengeluaran kas untuk membayar jasa profesional, pengeluaran tersebut menjadi beban perusahaan yaitu biaya jasa profesional.

Sedangkan aktivitas penjualan PT ABC terdiri dari penjualan dalam negeri minyak mentah, gas bumi, energi panas bumi dan produk minyak, dan penjualan ekspor minyak mentah, gas bumi, dan produk minyak.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik membahas judul “Analisis pengaruh biaya jasa profesional terhadap penjualan PT ABC tahun 2011-2016”.

Tujuan penulisan laporan tugas akhir ini, yaitu untuk mengetahui apakah biaya jasa profesional berpengaruh terhadap penjualan PT ABC tahun 2011-2016.

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti (Sumarno, 2006). Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis menggunakan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Biaya jasa profesional tidak berpengaruh terhadap penjualan.

H₁: Biaya jasa profesional berpengaruh terhadap penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini, adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data penelitian untuk memperoleh data berasal dari catatan-catatan tertulis (Efferin dan Stevanus, 2008).

Data yang diperoleh penulis yaitu data sekunder. Data sekunder merupakan data yang siap pakai dan berasal dari sumber yang menerbitkan (Wijaya, 2013). Data yang diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi, yaitu laporan keuangan PT ABC berupa catatan atas laporan keuangan tahun 2011-2016.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh adalah analisis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang kemudian dianalisis. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang umumnya menggunakan statistik, kemudian menjelaskan maksud dari data-data numberik (Suharsaputra, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN**A. Perhitungan Persentase Pertumbuhan**

1) Biaya Jasa Profesional Perhitungan persentase pertumbuhan dilakukan untuk mengetahui fluktuasi biaya jasa

profesional setiap tahunnya. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran perhitungan persentase pertumbuhan biaya jasa profesional. Berikut ini tabel hasil perhitungan biaya jasa profesional tahun 2011-2016.

Tabel 1. Pertumbuhan biaya jasa profesional tahun 2011-2016

Tahun	Biaya Jasa Profesional	Kenaikan/Penurunan	
		Jumlah	Persentase (%)
2011	Rp554.081.818		
2012	Rp1.322.770.000	Rp768.688.182	139
2013	Rp1.549.487.500	Rp226.717.500	17
2014	Rp1.175.337.500	- Rp 374.150.000	-24
2015	Rp678.542.857	- Rp496.794.643	-42
2016	Rp834.685.714	Rp156.142.857	23

Berdasarkan data tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa biaya jasa profesional mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Biaya jasa profesional pada tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar Rp768.688.182 dengan persentase 139% dari tahun 2011. Tahun 2013 biaya jasa profesional mengalami kenaikan sebesar Rp226.717.500 dengan persentase 17%. Pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar -Rp374.150.000 dengan persentase -24% dan pada tahun 2015 mengalami penurunan kembali sebesar -

Rp496.794.643 dengan persentase -42%. Pada tahun 2016 biaya jasa profesional mengalami kenaikan sebesar Rp156.142.857 dengan persentase 23%.

2) Penjualan

Perhitungan persentase pertumbuhan dilakukan untuk mengetahui fluktuasi penjualan setiap tahunnya. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran perhitungan persentase pertumbuhan penjualan. Berikut ini tabel hasil perhitungan penjualan tahun 2011-2016.

Tabel 2. Pertumbuhan penjualan tahun 2011-2016

Tahun	Penjualan	Kenaikan/Penurunan	
		Jumlah	Persentase (%)
2011	Rp444.558.690.909		
2012	Rp484.782.740.000	Rp40.224.049.091	9
2013	Rp627.990.087.500	Rp143.207.347.500	30
2014	Rp649.070.650.000	Rp21.080.562.500	3
2015	Rp540.427.628.571	- Rp21.080.562.500	-17
2016	Rp478.493.971.429	- Rp61.933.657.143	-11

Berdasarkan pada tabel 2 di atas, menunjukkan hasil penjualan PT ABC mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Penjualan tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar Rp40.224.049.091 dengan persentase 9% dari penjualan tahun 2011. Pada tahun 2013 mengalami kenaikan kembali sebesar Rp143.207.347.500 dengan persentase 30%, pada tahun 2014 penjualan mengalami kenaikan kembali sebesar Rp21.080.562.500 dengan persentase 3%. Pada tahun 2015 penjualan mengalami penurunan sebesar -Rp21.080.562.500 dengan persentase sebesar -17% dan pada tahun 2016 mengalami penurunan kembali sebesar -Rp61.933.657.143 dengan persentase -11%.

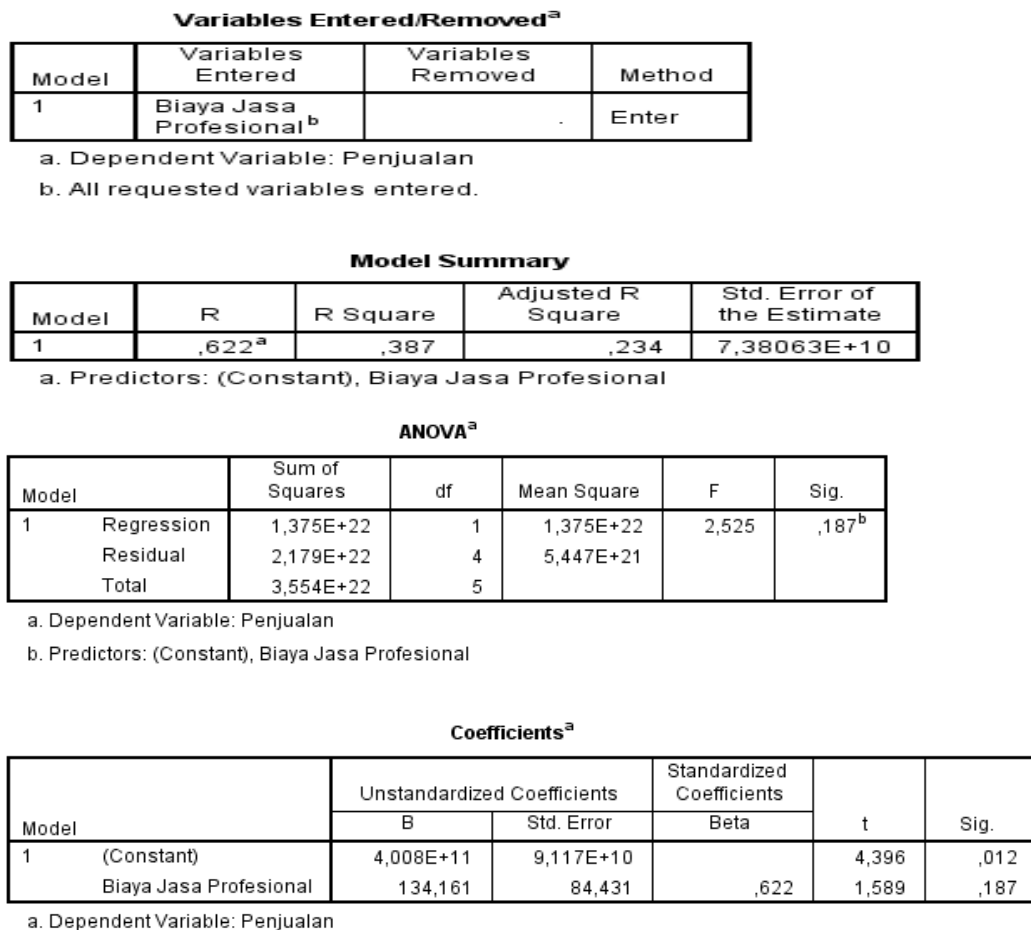
Berdasarkan pertumbuhan persentase pada tabel 1 dan 2 di atas, ketika perusahaan menaikkan biaya jasa profesional pada tahun 2012 sebesar 139%, perusahaan memperoleh kenaikan penjualan

sebesar 9%. Pada tahun 2013 ketika biaya jasa profesional mengalami kenaikan sebesar 17% dan penjualan mengalami kenaikan sebesar 30%. Pada tahun 2014 ketika biaya jasa profesional menurun sebesar -24%, penjualan mengalami kenaikan sebesar 3%. Pada tahun 2015 biaya jasa profesional mengalami penurunan kembali sebesar -42%, penjualan mengalami penurunan sebesar -17%. Sedangkan pada tahun 2016 ketika biaya jasa profesional mengalami kenaikan sebesar 23%, penjualan mengalami penurunan sebesar -11%.

B. Analisis Regresi Sederhana berdasarkan SPSS 22

SPSS merupakan program aplikasi yang digunakan untuk melakukan perhitungan statistik menggunakan komputer (Sarwono, 2006). Analisis regresi sederhana dianalisis menggunakan bantuan SPSS 22, berdasarkan data dari biaya

jasa profesional dan Penjualan. dilakukan penulis berdasarkan SPSS
 Berikut ini gambar hasil analisis 22.
 regresi sederhana yang telah



Gambar 1. Hasil *output* analisis regresi sederhana berdasarkan SPSS 22

Berdasarkan gambar di atas, penulis akan menjelaskan maksud dari gambar 1 tersebut, berikut ini penjelasan hasil analisis regresi sederhana berdasarkan SPSS 22.

a) Tabel *Variables Entered/Removed*

Tabel *Variables Entered/Removed* menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan atau diproses (Budi,

2006). Variabel yang dimasukkan adalah penjualan sebagai variabel *dependent* dan biaya jasa profesional sebagai variabel *independent*.

b) Tabel *Model Summary*

Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya jasa profesional terhadap penjualan, menggunakan angka *R Square*. Angka *R Square*

disebut juga koefisien determinasi (Sarwono, 2006). Pada gambar di atas diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,387 atau sama dengan 38,7% nilai tersebut mempunyai arti bahwa pengaruh biaya jasa profesional terhadap penjualan adalah sebesar 38,7%, sedangkan sisanya sebesar 61,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

c) Tabel Anova

Hubungan antara biaya jasa profesional dengan penjualan, signifikan atau tidak signifikan dapat dilihat dari angka probabilitas (sig). Ketuan dalam analisis ini adalah jika nilai signifikan < 0,05 maka biaya jasa profesional berpengaruh signifikan terhadap penjualan, dan sebaliknya jika nilai signifikan > 0,05 maka biaya jasa profesional tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan (Sarwono, 2006). Berdasarkan hasil pengujian pada gambar di atas, nilai sig sebesar 0,187 karena nilai sig > 0,05 maka model regresi ini, berdasarkan data analisis yang dilakukan adalah tidak signifikan yang artinya bahwa biaya jasa profesional tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

d) Tabel *Coefficients*

1) Persamaan regresi yang diperoleh dari nilai *B constant* dan *B biyajasa profesional*, maka rumus persamaan regresi: $Y = a + bX$ (Budi, 2006). Berdasarkan gambar di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 4,008 + 134,161X$. Rumus tersebut menjelaskan bahwa setiap kenaikan Rp1 biaya jasa profesional yang dikeluarkan, maka akan menghasilkan penjualan sebesar Rp134,161.

2) Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan *t* hitung dan *t* tabel, dengan ketentuan hipotesis sebagai berikut:

Jika *t* hitung > *t* tabel maka H_0 ditolak.

Jika *t* hitung < *t* tabel maka H_0 diterima.

Nilai *t* hitung yang diperoleh sebesar 1,589 (dapat dilihat pada gambar5). Untuk mencari nilai *t* tabel dengan derajat bebas (df) = $N - 2 = 6 - 2 = 4$ nilai *t* tabel pada taraf signifikan 5% sebesar 2,132 (dapat dilihat pada lampiran distribusi *t*). Hasil analisis menunjukkan bahwa *t* hitung < *t* tabel = $1,589 < 2,132$, maka H_0 diterima, artinya biaya jasa profesional tidak berpengaruh terhadap penjualan (Budi, 2006).

KESIMPULAN DAN SARAN

A) Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa biaya jasa profesional tidak berpengaruh terhadap penjualan. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Hasil perhitungan persentase pertumbuhan menunjukkan bahwa biaya penjualan dan pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak berpengaruh terhadap penjualan.

b) Regresi Sederhana

Hasil analisis regresi sederhana diperoleh nilai koefisien determinasi atau nilai *R Square* sebesar 38,7% yang artinya bahwa biaya jasa profesional berpengaruh sebesar 38,7% terhadap penjualan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Pengujian hipotesis menunjukkan H_0 diterima yang berarti biaya jasa profesional tidak berpengaruh terhadap penjualan.

B) Saran

Perusahaan sebaiknya meminimalisir biaya jasa profesional, karena biaya jasa profesional tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan perusahaan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

Ir. Imam Asrowadi, S.Kom., M.Kom., IPM. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis. Lihan Rini P. W., S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Irawan, S. E., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Eksa Ridwansyah, S.E., M. Buss., Akt selaku dosen penguji I. Arif Makhsun, S.E., M.S.Ak. selaku dosen penguji II dan Ketua Program Studi Akuntansi. Destia Pentiana, S.E., M.Si. selaku dosen wali penulis. Seluruh dosen dan karyawan akuntansi Politeknik Negeri Lampung. Kantor PT ABC yang telah memberikan data dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, Triton Prawira. 2006. SPSS 13.0 Terapan. Andi. Yogyakarta.
- Efferin, Sujoko. dan Stevanus H. Damaji. 2008. Metode Penelitian Akuntansi. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Rudianto. 2012. Akuntansi Pengantar.
Erlangga. Jakarta.

Suharsaputra, Uhar. 2012. Metode
Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,
dan Tindakan. PT Refika
Aditama. Bandung.

Suwarno, Jonathan. 2006. Analisis
Data Penelitian menggunakan
SPSS. CV Andi Offset.
Yogyakarta.

Syahrudin, Aswin. 2015. Pengaruh
Biaya promosi Terhadap
Peningkata penjualan
Perumahan.
[https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/
article/download/
652/621](https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/download/652/621) [Diakses pada tanggal
13 juni 2017].

Wijaya, Tony. 2013. Metodologi
Penelitian Ekonomi dan Bisnis.
Graha Ilmu. Yogyakarta.