

# JURNAL AKUNTANSI

TH XIII / 01 / Mei / 2020

ISSN : 1979-8334

---

---

Setiap tahun terbit dua kali pada bulan Mei dan November berisi hasil penelitian dan kajian analisis di bidang Akuntansi.

## **SUSUNAN PENGURUS JURNAL AKUNTANSI :**

### **Pelindung**

Dr. Ir. Agus Purnomo, MT.

### **Penanggung Jawab**

Y. Casmadi , SE., MM.

### **Penyunting**

Diana Maryana, SE.,M.Si

### **Anggota**

Riani Tanjung, SE, M.Si, Ak, CA.

Christine Riani Elisabeth, SE, MM.

Tia Setiani, S.Pd, M.M

Nur Aziz Sugiharto, SE., Ak., MM., CA

Dr. Cahyat Rohyana SE., MM.

Surya Ramadhan Noor, SE., MM..

Toto Suwarsa, SE., Ak., MM.

## **ALAMAT PENYUNTING DAN REDAKSI :**

Prodi Akuntansi, Gedung Pendidikan,

Politeknik Pos Indonesia

Jl. Sariosih No 54 Bandung 40151 Telp. 022-2009570, Fax 022-20009568,

E-mail : d3\_akuntansi@poltekpos.ac.id

---

**Prodi Akuntansi Politeknik Pos Indonesia, telah Terakreditasi B berdasarkan Keputusan Dirjen DIKTI No. 1072/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/IX/2015**

## KATA PENGANTAR

Jurnal Akuntansi diterbitkan setiap enam bulan sekali oleh Prodi Akuntansi Politeknik Pos Indonesia, dengan tujuan untuk membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat luas, yaitu bagi baik para akademisi, mahasiswa, praktisi dan pihak lainnya yang isinya berupa kajian ilmu dan hasil riset di bidang akuntansi.

Penerbitan saat ini terdiri dari 5 (lima) topik, meliputi :

Analisis Laporan Keuangan  
Akuntansi Biaya  
Perpajakan  
Auditing  
Manajemen Keuangan

Mudah-mudahan semua artikel yang dimuat dapat menambah pengetahuan dan pengalaman para pembaca, sehingga menambah semangat untuk terus berinovasi melahirkan karya tulis yang bermanfaat. Amin

Bandung, Mei 2020

Redaksi

## DAFTAR ISI

SUSUNAN PENGURUS JURNAL AKUNTANSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Makanan Ternak Pada Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (Kpsbu) Lembang	1
Pengaruh Utang Jangka Panjang terhadap Profitabilitas ROA pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Plastik dan Kemasan yang Terdaftar di BEI	14
Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan ( <i>Return On Equity</i> ) Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII	30
Evaluasi Pengendalian Internal Atas Sistem Akuntansi Penjualan Pada PT. Ferizzaque Mandiri Utama	44
Pengaruh Penerapan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum Terhadap Kinerja Finansial (Studi Kasus: Pusat Penelitian Dan Pengembangan Geologi Kelautan)	60
Analisis Tingkat Kinerja Keuangan Perbankan Dengan Metode Rgec (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earning, Capital) Pada Pt. Mandiri (Persero) Tbk Periode 2014-2018	73
Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Komoditi Teh Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII	84
Analisis Biaya Bahan Baku Tas Semi Carrier (Back Pack 24) Dalam Menentukan Volume Produksi Tas Semi Carrier (Back Pack 24) Pada Cv Jayagiri Outdoors Vanguard	99
Pengaruh Tingkat Hunian Kamar Terhadap Biaya Pembelian Bahan Makanan Di Indriya Cafe Trizara Resorts Lembang Periode Januari 2017-Juni 2019	112

# **PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN KOMODITI TEH PADA PT PERKEBUNAN NUSANTARA VIII PERIODE 2015-2017**

Oleh : Y.Casmadi, SE., MM - Dhea Novia Parhana

---

## **ABSTRAK**

Secara umum, besar kecilnya volume penjualan di tunjang oleh volume produksi yang dihasilkan oleh perusahaan. Volume produksi yang di hasilkan secara tidak langsung akan memperbesar biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Begitu pula dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan secara umum akan menjadi komponen pendukung dari meningkat dan menurunnya volume penjualan dari suatu produk. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap volume penjualan.

Berdasarkan Hasil Pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan yang dilihat dari hasil uji t  $(-1,387 > -2,034)$  dan antara Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial yang dilihat dari hasil uji t  $(0,227 < 2,034)$ . Dan hasil uji F-test dapat dilihat bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dimana  $F_{hitung}$  sebesar 0,988 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,28. Sehingga variabel Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Volume Penjualan.

Dapat disimpulkan bahwa Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan Komoditi Teh PT Perkebunan Nusantara VIII

**Kata kunci:** Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Volume Penjualan.

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dan persaingan yang semakin pesat di era globalisasi ini menjadikan perusahaan-perusahaan disegala sektor berlomba-lomba untuk bisa menjadi yang terbaik demi mampu mempertahankan usaha yang sedang mereka jalankan. Persaingan antar perusahaan ini bukan hanya dilihat dari sektor yang mereka kerjakan tetapi bermunculannya perusahaan baru baik

dalam bentuk mikro maupun makro menjadikan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Hal ini menjadi acuan para pemimpin perusahaan untuk bisa mempertahankan eksistensi dari perusahaan yang mereka jalankan agar tetap mampu bersaing, dan produk maupun jasa yang mereka kelola tetap diminati oleh para konsumen mereka.

Dalam mempertahankan eksistensinya perusahaan khususnya di bidang manufaktur perlu merencanakan

strategi-strategi yang dapat menunjang kinerja dari perusahaan tersebut, salah satunya adalah dengan memproduksi barang yang sedang diminati dan mampu bersaing di pasaran. Perusahaan dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang baik dengan harga yang relatif terjangkau bagi para konsumen agar produk yang mereka produksi bisa bersaing dengan produk yang di produksi oleh perusahaan lainnya.

Tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk menjadi titik fokus para pemimpin perusahaan untuk menghasilkan produk yang sedang menjadi kebutuhan para konsumen. Sehingga, jika perusahaan memproduksi produk yang memang sedang menjadi kebutuhan para konsumen, maka tingkat penjualan akan produk tersebutpun akan ikut meningkat sesuai dengan tingkat kebutuhan konsumen akan produk tersebut.

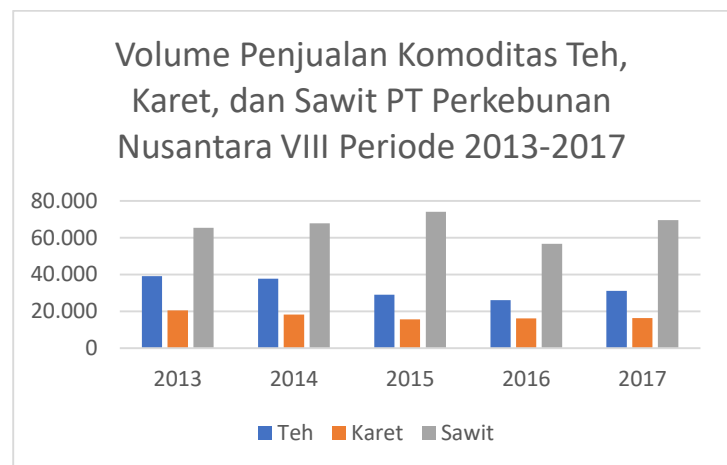
PT Perkebunan Nusantara VIII merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang industri perkebunan dimana PT Perkebunan Nusantara VIII merupakan perusahaan perkebunan dengan komoditi utama yaitu teh, karet dan sawit. PT Perkebunan Nusantara VIII melakukan pengolahan dimulai dari penanaman bibit, perawatan, hingga komoditi tersebut siap untuk dipasarkan. Untuk meningkatkan volume penjualan setiap komoditi yang menjadi pendapatan dari perusahaan, PT Perkebunan Nusantara VIII membutuhkan

strategi dan rencana agar dapat meningkatkan terjualnya produk yang perusahaan produksi.

Ditinjau dari data keuangan PT Perkebunan Nusantara VIII periode 2013-2017, volume penjualan setiap komoditi PT Perkebunan Nusantara VIII mengalami fluktuasi. Berikut perkembangan volume penjualan untuk komoditi teh, karet dan sawit periode tahun 2013-2017.

**Tabel Data Volume Penjualan Komoditi Teh, Karet dan Sawit pada PT Perkebunan Nusantara VIII Periode 2013-2017**

Tahun	Teh		Karet		Sawit	
	Ton	%	Ton	%	Ton	%
2013	39.129	-	20.519	-	65.301	-
2014	37.743	(3,54)	18.205	(11,27)	67.708	3,68
2015	29.054	(15,07)	15.688	(13,82)	73.975	9,25
2016	26.056	(10,31)	16.081	2,50	56.580	(23,51)
2017	31.163	19,60	16.250	1,05	69.450	22,75



**Gambar Data Volume Penjualan Komoditi Teh, Karet dan Sawit pada PT Perkebunan Nusantara VIII Periode 2013-2017**

Dari data diatas dapat dilihat untuk komoditi sawit, terjadi peningkatan pada tahun 2014 sebesar 3,68% dan tahun 2015 sebesar 9,25%. Namun pada tahun 2016 terjadi penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar (23,51)% dan kembali mengalami peningkatan pada tahun 2017 yaitu sebesar 22,74%. Selanjutnya untuk komoditi karet, terjadi penurunan pada tahun 2014 dan 2015 yaitu sebesar (11,27)% dan (13,82)%. Namun setelahnya pada tahun 2016 dan 2017 terjadi peningkatan walaupun tidak terlalu signifikan sebesar 2,5% dan 1,05%. Setelah itu untuk komoditi teh selama tahun 2014 hingga tahun 2016 terjadi penurunan terus-menerus. Pada tahun 2014 terjadi penurunan sebesar (3,54)%. Untuk tahun 2015 volume penjualan komoditi teh menurun cukup signifikan sebesar (23,02)%. Dan pada tahun 2016 volume penjualan komoditi teh kembali mengalami penurunan sebesar (10,31)%. Volume penjualan komoditi teh baru mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebesar 19,6%. Sesuai *Annual Report* PT Pekebunan Nusantara VIII tahun 2017, menjelaskan jika terjadi peningkatan pada volume penjualan komoditi teh pada tahun 2017 namun masih dibawah RKAP tahun 2017. Hal ini disebabkan oleh pencapaian produksi teh yang belum optimal atau dengan kata lain volume produksi teh

belum cukup untuk menyuplai volume penjualan komoditi teh.

Secara umum, besar kecilnya volume penjualan di tunjang oleh volume produksi yang dihasilkan oleh perusahaan. Volume produksi yang di hasilkan secara tidak langsung akan memperbesar biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Begitu pula dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan secara umum akan menjadi komponen pendukung dari meningkat dan menurunnya volume penjualan dari suatu produk.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewa Putu Agus Martana dkk (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh Jenis Produk, Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan.” menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Namun penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rinda Novika Sari dkk (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan pada UD Sido Luhur Desa Duren Pilangkenceng.” menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. Penelitian juga dilakukan oleh Yusup Kurnia (2017) dengan judul “Pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan Industri Kerajinan Tikar

Mendong Mekar Putra Tasikmalaya.” menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Selain itu, Ujang Pendi (2015) juga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Biaya Pengembangan Produk dan Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan.” Dari hasil penelitian menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya pemasaran terhadap volume penjualan.

Berdasarkan latar belakang diatas dan fenomena yang telah diuraikan, maka pada penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Komoditi Teh Pada PT Perkebunan Nusantara VIII Periode 2015-2017.”

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Dalam melakukan sebuah penelitian, untuk menemukan apakah terdapat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen yang diteliti dibutuhkan perencanaan terlebih dahulu tentang jenis penelitian yang akan dilakukan serta teknik dan metode apa yang akan di gunakan. Metodologi penelitian menurut Sugiyono (2017:2) pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2017:8) “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.”

Dalam penelitian ini juga menggunakan perumusan masalah yang bersifat asosiatif karena menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yaitu variabel biaya produksi dan biaya pemasaran sebagai variabel independen dan volume penjualan sebagai variabel dependen dengan bentuk hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2017:37) “Rumusan masalah assosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.” Sedangkan hubungan kausal menurut Sugiyono (2017:37) adalah hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

### **Analisis Data**

#### **Deskriptif Data**

Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan permintaan data secara langsung kepada PT Perkebunan Nusantara VIII sebagai perusahaan yang dijadikan

objek penelitian. Data yang didapat dari PT Perkebunan Nusantara VIII antara lain data Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan komoditi teh yang bersumber dari Laporan Keuangan milik PT Perkebunan Nusantara VIII periode 2015-2017 dalam bentuk bulanan. Berikut data Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan komoditi teh PT Perkebunan Nusantara VIII periode 2015-

2017	Januari	46.100,968	736,541	31.771,619
	Febuari	44.483,120	2.713,226	40.354,607
	Maret	42.968,192	4.964,998	53.617,093
	April	44.758,913	2.204,287	53.809,492
	Mei	40.677,340	4.615,960	42.467,221
	Juni	34.979,835	6.159,947	38.418,430
	Juli	39.415,695	2.700,129	48.452,938
	Agustus	37.960,922	1.791,691	65.767,798
	September	33.232,571	3.535,307	54.878,675
	Oktober	47.406,914	2.686,335	43.844,514
	November	48.460,653	3.168,903	50.304,781
	Desember	42.760,121	7.174,969	45.470,348

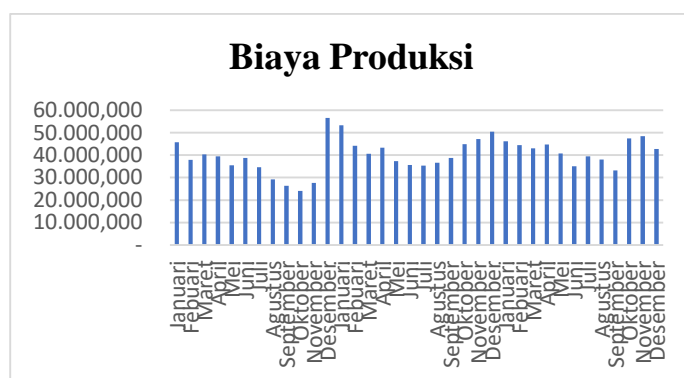
Sumber: Diolah sendiri dari data perusahaan

2017 dalam bentuk bulanan:

**Tabel Data Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan Komoditi Teh pada PT Perkebunan Nusantara VIII Periode 2015-2017**

(dalam Bulan)

Tahun	Nama Bulan	Biaya Produksi (Rp.000.000)	Biaya Pemasaran (Rp.000.000)	Volume Penjualan (Rp.000.000)
2015	Januari	45.666,334	2.226,475	52.979,577
	Febuari	37.828,834	1.105,865	45.089,365
	Maret	40.370,506	1.747,449	55.853,880
	April	39.399,526	1.410,897	54.526,180
	Mei	35.494,414	3.284,335	46.567,217
	Juni	38.698,362	2.043,444	52.380,536
	Juli	34.543,909	1.644,591	50.442,636
	Agustus	29.136,755	1.918,801	63.037,085
	September	26.344,079	3.928,327	60.470,245
	Oktober	24.080,421	2.198,587	33.420,499
	November	27.591,303	1.945,949	42.521,735
	Desember	56.523,074	3.760,804	37.479,570
2016	Januari	53.287,922	1.699,992	37.979,936
	Febuari	44.217,713	1.097,248	44.139,326
	Maret	40.560,427	2.228,220	54.642,424
	April	43.297,866	1.713,384	42.496,710
	Mei	37.386,211	2.907,047	52.425,692
	Juni	35.645,684	2.071,611	44.206,045
	Juli	35.363,141	859,307	31.880,162
	Agustus	36.640,381	1.639,980	48.325,780
	September	38.783,681	2.233,123	45.330,946
	Oktober	44.890,734	1.446,242	45.589,799
	November	47.125,114	2.327,938	44.582,609
	Desember	50.415,604	2.273,208	44.705,057



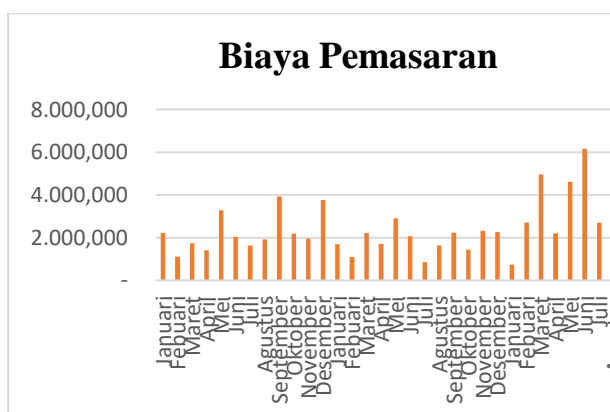
**Gambar Grafik Biaya Produksi PT Perkebunan Nusantara VIII periode 2015-2017 dibuat dalam bulan (Rp.000.000)**

Sumber: Diolah sendiri dari data perusahaan

Dari grafik biaya produksi di atas dapat terlihat selama periode 2015-2017 terjadi kenaikan dan penurunan. Dimulai dari tahun 2015 yang berada pada nilai Rp. 45.666.334.000 pada awal tahun. Selama periode tahun 2015 sejak awal tahun biaya produksi cenderung mengalami penurunan hingga pada bulan Oktober 2015 menjadi bulan dengan angka biaya produksi terendah sebesar Rp. 24.080.421.000. Setelah bulan Oktober 2015 tersebut, biaya produksi kemudian mengalami



peningkatan yang cukup signifikan. Dapat dilihat pada dua bulan setelahnya yaitu akhir dari tahun 2015 biaya produksi mengalami peningkatan hingga mencapai angka Rp. 56.523.074.000, menjadi angka biaya produksi tertinggi selama periode 2015-2017. Setelah akhir tahun 2015, biaya produksi kembali berfluktuasi dan menurun mencapai angka Rp. 35.363.141.000 pada bulan Juli sebagai bulan yang terendah dari biaya produksi di tahun 2016 dan kembali mengalami peningkatan hingga mencapai angka Rp. 50.415.604.000 pada akhir tahun 2016 sebagai angka biaya produksi tertinggi pada tahun 2016. Setelahnya pada tahun 2017 biaya produksi kembali mengalami kenaikan dan penurunan hingga bulan September 2017 berada tingkat terendah pada tahun 2017 sebesar Rp.33.232.571.000 dan mengalami peningkatan secara signifikan pada tiga bulan selanjutnya hingga pada akhir tahun 2017 berada pada angka Rp. 42.760.121.000.

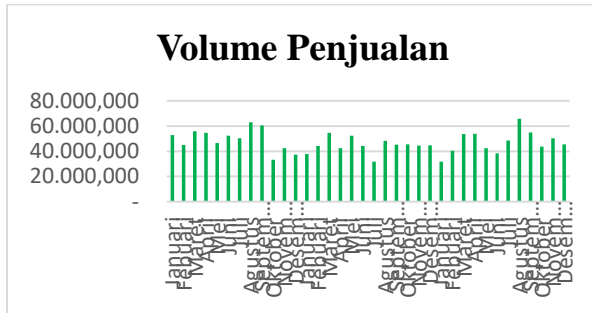


**Gambar Grafik Biaya Pemasaran PT  
Perkebunan Nusantara VIII periode 2015-2017  
dibuat dalam bulan (Rp.000.000)**

Sumber: Diolah sendiri dari data perusahaan

Pada grafik biaya pemasaran diatas terlihat selama periode 2015-2017 biaya pemasaran mengalami fluktuasi. Pada awal tahun 2015 biaya pemasaran berada pada angka Rp. 2.226.475.000, mengalami pasang surut hingga pada bulan September mencapai angka Rp. 3.928.327.000, menjadi angka tertinggi pada tahun 2015. Tahun selanjutnya biaya pemasaran mengalami fluktuasi kembali hingga pada bulan Juli 2016 merosot sangat tajam menjadi Rp. 859.307.000, angka terendah pada tahun 2016. Setelah bulan Juli 2016 angka biaya pemasaran cenderung mengalami fluktuasi kembali hingga pada awal bulan 2017 kembali merosot ke angka Rp. 736.541.000, menjadi bulan dengan angka biaya pemasaran terendah selama periode 2015-2017. Namun bulan-bulan setelahnya biaya pemasaran mengalami peningkatan yang cukup signifikan hingga pada bulan Juni mencapai angka Rp. 6.159.947.442. Setelah bulan Juni, biaya pemasaran kembali mengalami fluktuasi namun cenderung mengalami penurunan yang cukup signifikan seperti pada bulan Agustus 2017 kembali mengalai penurunan hingga menyentuh angka Rp. 1.791.690.814. Setelah bulan Agustus

biaya pemasaran kembali mengalami peningkatan hingga pada akhir tahun 2017, yaitu pada bulan Desember 2017 biaya pemasaran mengalami peningkatan yang cukup tajam hingga menyentuh angka Rp. 7.174.968.811, menjadi angka biaya pemasaran yang tertinggi selama periode



tahun 2015-2017.

**Gambar Grafik Volume Penjualan PT Perkebunan Nusantara VIII periode 2015-2017 dibuat dalam bulan (Rp.000.000)**

Sumber: Diolah sendiri dari data perusahaan

Dari grafik diatas terlihat jika volume penjualan selama periode tahun 2015-2017 mengalami peningkatan dan penurunan. Pada awal tahun 2015, volume penjualan berada pada angka Rp. 52.979.577.000. Bulan-bulan selanjutnya volume penjualan mengalami fluktuasi kembali hingga pada bulan Agustus 2015 mencapai angka Rp. 63.037.085.000, angka tertinggi pada tahun 2015. Bulan-bulan selanjutnya volume penjualan mengalami penurunan yang cukup signifikan hingga pada bulan Oktober 2015 volume penjualan berada pada angka Rp. 33.420.499.000,

menjadi bulan terendah pada tahun 2015. Pada tahun 2016, volume penjualan kembali mengalami kenaikan dan penurunan. Pada bulan Maret 2016, volume penjualan mengalami peningkatan dan berada pada angka Rp. 56.642.424.000. Namun pada bulan-bulan selanjutnya volume penjualan kembali mengalami fluktuasi hingga pada bulan Juli 2016 menurun cukup signifikan mencapai angka Rp. 31.880.162.000, menjadikan bulan Juli 2016 sebagai bulan terendah untuk volume penjualan pada tahun 2016. Namun setelahnya, pada awal tahun 2017 volume penjualan kembali menurun hingga menyentuh angka Rp. 31.771.619.000, menjadi bulan terendah volume penjualan pada periode 2015-2017. Bulan-bulan selanjutnya volume penjualan kembali mengalami fluktuasi. Pada bulan Agustus 2017, volume penjualan meningkat cukup signifikan sebesar Rp. 65.767.798.000, menjadikan bulan Agustus 2017 sebagai bulan tertinggi volume penjualan pada periode 2015-2017. Hingga pada akhir tahun 2017, volume penjualan berada pada angka Rp. 45.470.348.000.

#### Hasil Uji Kualitas Data

Untuk dapat mengetahui pengaruh antara Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan komoditi teh, digunakan beberapa tahapan pengujian meliputi: uji normalitas, uji regresi linear berganda, uji korelasi *pearson*

product moment, uji korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, serta uji hipotesis. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala pengukuran nominal dan data diperoleh langsung dari PT Perkebunan Nusantara VIII.

**PEMBAHASAN**

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S) dengan taraf signifikansinya 5% (0,05). Perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS for windows version 23.00* (*Statistical Product and Service Solution*) dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika signifikan > 0,05 maka data distribusi normal.
- b. Jika signifikan < 0,05 maka data distribusi tidak normal.

**Tabel Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7872,55143203
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,065
	Negative	-,093
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber data: Diolah melalui program *SPSS for Windows versions 23.00*

Dari data diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,200 lebih dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian data

yang digunakan pada penelitian ini telah berdistribusi normal.

Uji Regresi Linear Berganda

Perhitungan uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS for windows version 23.00* (*Statistical Product and Service Solution*), maka dapat dilihat hasil uji regresi seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	57249,827	8149,508		7,025	,000
	Biaya Produksi	-,264	,190	-,234	-1,387	,175
	Biaya Pemasaran	,221	,976	,038	,227	,822

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber data: Diolah melalui program *SPSS for Windows versions 23.00*

Dari nilai-nilai koefisien diatas, persamaan regresi yang dapat disusun untuk variabel Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran adalah sebagai berikut:

$$Y = 57.249,827 + (-0,264)X_1 + 0,221X_2$$

Dimana:

Y = Volume Penjualan

X<sub>1</sub> = Biaya Produksi

X<sub>2</sub> = Biaya Pemasaran

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diartikan sebagai berikut:

Jika nilai variabel Biaya Produksi (X<sub>1</sub>) dan Biaya Pemasaran (X<sub>2</sub>) = 0, maka nilai variabel Volume Penjualan (Y) adalah 57.249,827. Selain itu, jika nilai variabel Biaya Produksi (X<sub>1</sub>) bertambah 1, maka

nilai variabel Volume Penjualan (Y) akan berkurang 0,264. Karena koefisien regresi bernilai negatif maka terjadi hubungan negatif pula antara Biaya Produksi ( $X_1$ ) terhadap Volume Penjualan (Y). Sehingga semakin kecil Biaya Produksi yang dikeluarkan PT Perkebunan Nusantara VIII untuk komoditi Teh maka Volume Penjualan PT Perkebunan Nusantara VIII untuk komoditi Teh akan mengalami peningkatan. Begitupun sebaliknya, semakin besar Biaya Produksi yang dikeluarkan PT Perkebunan Nusantara VIII untuk komoditi Teh maka Volume Penjualan PT Perkebunan Nusantara VIII untuk komoditi Teh akan mengalami penurunan. Sedangkan jika nilai variabel Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) bertambah 1, maka nilai variabel Volume Penjualan (Y) akan bertambah 0,221. Karena koefisien regresi bernilai positif maka terjadi hubungan positif pula antara Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) terhadap Volume Penjualan (Y). Sehingga semakin besar Biaya Pemasaran yang dikeluarkan PT Perkebunan Nusantara VIII untuk komoditi Teh maka Volume Penjualan PT Perkebunan Nusantara VIII untuk komoditi Teh akan mengalami peningkatan pula.

Uji Korelasi

Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Perhitungan uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan

dengan menggunakan *SPSS for windows version 23.00 (Statistical Product and Service Solution)*, maka dapat dilihat hasil regresi seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel Uji Korelasi *Pearson Product Moment***

Correlations				
		Biaya Produksi	Biaya Pemasaran	Volume Penjualan
Biaya Produksi	Pearson Correlation	1	-,001	-,235
	Sig. (2-tailed)		,994	,169
	N	36	36	36
Biaya Pemasaran	Pearson Correlation	-,001	1	,039
	Sig. (2-tailed)	,994		,823
	N	36	36	36
Volume Penjualan	Pearson Correlation	-,235	,039	1
	Sig. (2-tailed)	,169	,823	
	N	36	36	36

Sumber data: Diolah melalui program *SPSS for Windows versions 23.00*

Berdasarkan hasil data diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Biaya Produksi ( $X_1$ ) dengan Volume Penjualan (Y) adalah 0,235. Angka korelasi menunjukkan bahwa korelasi antara Biaya Produksi ( $X_1$ ) dengan Volume Penjualan (Y) berada dalam kategori “Rendah” sesuai dengan interval koefisien dengan nilai antara 0,20 – 0,399. Sedangkan nilai negatif berindikasi terhadap pola hubungan antara Biaya Produksi ( $X_1$ ) dengan Volume Penjualan (Y) berbanding terbalik.

Untuk variabel Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) dengan Volume Penjualan ( $Y$ ) *pearson correlation* adalah positif 0,039. Dengan angka korelasi ini menunjukkan bahwa korelasi antara Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) dengan Volume Penjualan ( $Y$ ) berada dalam kategori “Sangat Rendah” sesuai dengan interval koefisien dengan nilai antara 0,00 – 0,199. Sedangkan untuk nilai positif menunjukkan terdapat pola hubungan searah antara Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) dengan Volume Penjualan ( $Y$ ).

Uji Korelasi Berganda

Hasil uji korelasi berganda seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel Uji Korelasi Berganda**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,238 <sup>a</sup>	,056	-.001	8107,60457

a. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber data: Diolah melalui program *SPSS for Windows versions 23.00*

Dengan angka R sebesar 0,238 menunjukkan jika terdapat hubungan yang “Rendah” antara Biaya Produksi ( $X_1$ ) dan Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) dengan Volume Penjualan ( $Y$ ). Hal ini terbukti dengan dengan interval koefisien dengan nilai antara 0,20 – 0,399 yang artinya tingkat hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent adalah rendah.

Koefisien Determinasi

Hasil Koefisien Determinasi seperti pada tabel dibawah ini.

**Tabel Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,238 <sup>a</sup>	,056	-.001	8107,60457

a. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber data: Diolah melalui program *SPSS for Windows versions 23.00*

Berdasarkan hasil data diatas diperoleh  $R^2$  sebesar 0,056 atau sebesar 5,6%. Hal ini menunjukkan persentase pengaruh variabel independen yaitu Biaya Produksi ( $X_1$ ) dan Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu Volume Penjualan ( $Y$ ) sebesar 5,6% sedangkan 94,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan dua jenis alat hipotesis yaitu uji t dan uji F. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hipotesis yang akan diuji:

**Tabel Hipotesisi Statistik Uji Dua Pihak**

$\rho_1 = 0$	Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan.
$H_1$	
$\rho_1 \neq 0$	Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan.
$\rho_2 = 0$	Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan.
$H_2$	
$\rho_2 \neq 0$	Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara antara Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan.

$\rho_3 = 0$	Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan.
$H_3$	
$\rho_3 \neq 0$	Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan.

Sumber: Diolah Sendiri

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara parsial. Adapun kriteria penerimaan hipotesis menggunakan uji t adalah sebagai berikut:

Untuk menghitung  $t_{tabel}$  digunakan taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Teknik pengujian dilakukan dengan pengujian dua arah yaitu uji dua pihak (*two-tailed*) dengan derajat kebebasan  $(dk) = 36 - 3 = 33$ , maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 0,203 ( $t_{tabel}$  terlampir). Perhitungan uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS for windows version 23.00 (Statistical Product and Service Solution)*.

**A. Hasil Uji t antara Biaya Produksi (X<sub>1</sub>) terhadap Volume Penjualan (Y).**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel Biaya Produksi (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap variabel Volume Penjualan (Y). Pengujian hipotesis secara parsial pada penelitian ini dengan uji t menggunakan *SPSS for windows version 23.00 (Statistical Product and Service Solution)*, maka dapat dilihat hasil uji t

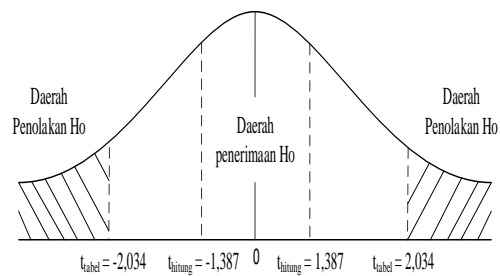
untuk variabel Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 1**

**Uji t Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan**

Sumber data: Diolah melalui program *SPSS for Windows versions 23.00*

Pengaruh variabel Biaya Produksi terhadap variabel Volume Penjualan menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar -1,387 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar -2,034. Nilai negatif menunjukkan jika Biaya Produksi dan Volume Penjualan berpola hubungan tidak searah. Sedangkan untuk angka signifikansi Biaya Produksi sebesar  $0,175 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak.



**Gambar Kurva Uji t (Dua Pihak) Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan**

Sumber data: Diolah sendiri dalam *Microsoft Visio 2013*

**B. Hasil Uji t antara Biaya Pemasaran (X<sub>2</sub>) terhadap Volume Penjualan (Y).**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel Biaya Pemasaran (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap

variabel Volume Penjualan (Y). Pengujian hipotesis secara parsial pada penelitian ini dengan uji t menggunakan *SPSS for windows version 23.00* (*Statistical Product and Service Solution*), maka dapat dilihat hasil uji t untuk variabel Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada tabel dibawah ini:

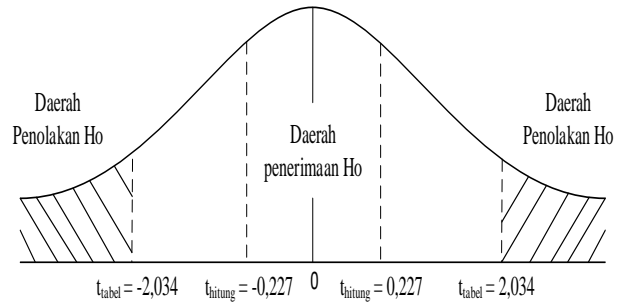
**Tabel Uji t Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	57249,827	8149,508		7,025	,000
	Biaya Produksi	-,264	,190	-,234	-1,387	,175
	Biaya Pemasaran	,221	,976	,038	,227	,822

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber data: Diolah melalui program *SPSS for Windows versions 23.00*

Pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 0,227 lebih kecil dari dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 2,034. Nilai positif menunjukkan jika Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan berpola hubungan searah. Sedangkan untuk angka signifikansi Biaya Pemasaran sebesar  $0,822 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak.



**Gambar Kurva Uji t (Dua Pihak) Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan**

Sumber data: Diolah sendiri dalam *Microsoft Visio 2013*

### Uji F

Setelah melakukan uji t, uji selanjutnya yang dilakukan adalah uji F. uji F digunakan untuk menunjukkan pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun penerimaan dan penolakan hipotesis dengan menggunakan uji F adalah:

1.  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$
2.  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak: apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Pengujian hipotesis secara simultan pada penelitian ini dengan uji F menggunakan *SPSS for windows version 23.00* (*Statistical Product and Service Solution*), maka dapat dilihat hasil uji F untuk variabel Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada tabel dibawah ini:

**Tabel Uji F (Simultan) Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1298529 20,337	2	6492646 0,169	,988	,383 <sup>b</sup>
Residual	2169197 311,749	33	6573325 1,871		
Total	2299050 232,086	35			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

b. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

Sumber data: Diolah melalui program *SPSS for Windows versions 23.00*

Dari hasil uji F diatas, maka dapat dilihat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 0,988. Dengan  $dk = 36 - 3 = 33$  diperoleh  $F_{tabel} = 3,28$  yang berarti  $F_{hitung} < F_{tabel}$ . Tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,383 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada PT Perkebunan Nusantara VIII dan pembahasan masalah yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan yang terjadi pada biaya produksi, biaya pemasaran, dan volume penjualan PT Perkebunan Nusantara VIII untuk komoditi teh periode 2015-2017 adalah sangat berfluktuasi. Kenaikan dan penurunan biaya produksi ini terjadi karena 4 aspek yaitu

pembelian biaya barang dan bahan, biaya pemupukan, biaya pemeliharaan dan biaya angkut. Sedangkan untuk biaya pemasaran, biaya pengangkutan ke pelabuhan, biaya komisi pialang dan biaya sewa gudang menjadi komponen yang menunjang berfluktuasinya biaya pemasaran. Dan untuk volume penjualan, mutu, *grading*, permintaan pasar, dan harga jual menjadi aspek yang membuat naik turunnya volume penjualan komoditi teh pada PT Perkebunan Nusantara VIII.

2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t secara parsial yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Biaya Produksi ( $X_1$ ) dengan Volume Penjualan (Y) Komoditi Teh pada PT Perkebunan Nusantara VIII
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t secara parsial yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) dengan Volume Penjualan (Y) komoditi teh pada PT Perkebunan Nusantara VIII.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji F secara simultan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Biaya Produksi ( $X_1$ ) dan Biaya Pemasaran ( $X_2$ ) dengan Volume



Penjualan (Y) komoditi teh pada PT Perkebunan Nusantara VIII.

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan setelah menyimpulkan hasil penelitian, penulis bermaksud mengajukan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan tema yang sama, disarankan untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian selanjutnya, penulis menyarankan agar peneliti dapat menambah variabel X (Independen) lagi selain biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap volume penjualan untuk lebih mengetahui variabel lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan diluar dari biaya produksi dan biaya pemasaran.
3. Bagi peneliti yang tertarik untuk mengambil tema yang sama, disarankan untuk melakukan penelitian pada perusahaan lain dengan sektor dan bidang yang berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Sumber Buku:

Dunia, Firdaus Achmad. (2018). *Akuntansi biaya*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.

Harahap, Sofyan Syafri. (2013). *Teori akuntansi*. Jakarta : Rajawali Pers.

Lanen, William. N, dkk. (2017). *Dasar-dasar akuntansi biaya*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.

Mulyadi. (2015). *Akuntansi biaya*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung : Alfabeta.

##### Sumber Jurnal:

Kurnia, Yusup. (2017). *Pengaruh biaya pemasaran terhadap volume penjualan Industri Kerajinan Tikar Mendong Mekar Putra Tasikmalaya*. Ciamis : Universitas Galuh.

Kusuma, Tegar Wahyu. (2015). *Penerapan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan pada PT Hikmah Cipta Perkasa Jakarta*. Blitar : STIE Ekonomi Kesuma Negara.

Martana, Dewa Putu Agus, dkk. (2015). *Pengaruh jenis produk, biaya promosi, dan biaya produksi terhadap volume penjualan*. Singaraja : Universitas Pendidikan Ganesha.

Pendi, Ujang. (2015). *Pengaruh biaya pengembangan produk dan biaya pemasaran terhadap volume*

- penjualan*. Ciamis : Universitas Galuh.
- Putranto, Agus. (2017). *Analisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba perusahaan*. Wonosobo : Universitas Sains Al Qur'an.
- Sari, Rinda Novika, dkk. (2018). *Pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada UD. Sido Luhur Desa Duren Pilangkenceng*. Madiun : Universitas PGRI Madiun.
- SK Tata Kerja & Organisasi PTPN VIII. *Organisasi dan Tata Kerja PT Perkebunan Nusantara VIII. Bandung* : Keputusan Direksi PT Perkebunan Nusantara VIII. Nomor : KEP/III.4/882/XI/2018.
- Widagdha, Pambayun Aji, dkk. (2018). *Strategi peningkatan volume penjualan obat generik melalui analisis swot*. Semarang : Universitas Pandanaran Semarang.
- Sumber Website:**  
PT Perkebunan Nusantara VIII . [Situs Web]. Diakses dari <http://www.ptpn8.co.id>.