

---

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP LABA PADA PT. MEGAMITRA MAKMUR SENTOSA MANADO**

Melisa Feronica Laki<sup>1</sup>, Grace B. Nangoi<sup>2</sup>, Heince R. N Wokas<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Jl. Kampus Bahu, Manado, 95115, Indonesia

E-mail: melisalaki14@gmail.com

**ABSTRACT**

*Promotion costs and distribution costs are very beneficial in increasing company profits. This study aims to determine the promotion costs and distribution costs on profits. The study was conducted at PT Megamitra Makmur Sentosa Manado. This research is a quantitative descriptive research. The sample in the study were promotion costs, distribution costs and profit at PT Megamitra Makmur Sentosa Manado in 2010-2016. Data was obtained using documentation and interview methods. Then all data were analyzed using statistic (multiple linear analysis) with the help of SPSS. The results of this study indicate that the significance value generated by the promotion cost variable ( $X_1$ ) is 0,000 which means  $<0.05$ , it can be concluded that the promotion cost variable ( $X_1$ ) has a positive significant effect on the profit variable ( $Y$ ). Significant value of distribution costs ( $X_2$ ) that is equal to 0,000 which means  $<0.05$ . individually distribution costs ( $X_2$ ) have a negative significant effect on the profit variable ( $Y$ ).*

*Keywords: Promotion Cost, Distribution Costs, Profits*

**1. PENDAHULUAN**

Berbagai perusahaan zaman sekarang ini semakin berusaha menarik minat calon pembeli dengan memperkenalkan beragam produk mereka melalui berbagai iklan di berbagai media sosial. Perusahaan juga dituntut harus menghadapi persaingan dengan perusahaan luar maupun perusahaan lokal yang sejenis. Pemasaran sebenarnya adalah proses dari suatu rencana untuk menetapkan suatu harga, promosi yang ada, distribusi yang berjalan dan jasa yang digunakan agar dapat memuaskan pelanggan atau individu tertentu seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009:38). Tindakan dan tujuan dari dikeluarkannya biaya promosi itu sendiri merupakan sarana untuk penjual merubah sikap pembeli agar pembeli lebih mengenal lagi produk dari perusahaan tersebut.

Disamping itu, agar konsumen mudah memperoleh produk yang dibutuhkan maka distribusi merupakan suatu kegiatan yang penting sebagai penghubung antara produsen dan konsumen (Mulyadi, 2010:348). Penggunaan atau pengeluaran biaya distribusi berperan agar penjual cepat untuk menyalurkan barang atau produk ke tangan pelanggan. Untuk itu perusahaan harus memiliki saluran distribusi yang baik dan cepat sehingga penjualan barang atau produk semakin meningkat dan mudah terealisasi.

Kegiatan promosi dan distribusi setiap perusahaan tentunya memerlukan biaya yang berbeda. Anggaran atau biaya dari biaya promosi dan distribusi juga bergantung pada setiap strategi yang akan nantinya diterapkan oleh perusahaan. Suatu perusahaan yang semakin berkembang, maka tuntutan terhadap peranan biaya-biaya yang dikeluarkan khususnya biaya promosi dan distribusi juga semakin besar dan dengan bertambah luasnya pasar yang dilayani diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Besar atau kecil laba maka dapat mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan khususnya pada PT Megamitra Makmur Sentosa.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

**Konsep Akuntansi.** Akuntansi adalah suatu seni untuk mengumpulkan, mengidentifikasi, mengklasifikasikan, mencatat transaksi serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan, sehingga dapat menghasilkan informasi yaitu laporan keuangan yang dapat digunakan oleh berbagai pihak yang berkepentingan (Thomas Sumarsan, 2013:1).

**Akuntansi Manajemen.** Menurut Ahmad dan Abdullah (2012) akuntansi manajemen adalah suatu bidang dari akuntansi yang menyajikan suatu laporan keuangan untuk para pihak internal yang memiliki kepentingan dan tanggung jawab besar dalam berbagai kegiatan perusahaan. Sedangkan Rudianto (2013) menjelaskan bahwa pengertian akuntansi manajemen adalah setiap atau berbagai informasi yang dihasilkan dari sistem akuntansi ditujukan bagi pihak internal khususnya para manajer yaitu manajer keuangan, produksi, pemasaran dan sejenis untuk pengambilan keputusan perusahaan.

**Biaya.** Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang". Sedangkan Purwanti dan Prawironegoro (2013), mengemukakan biaya setara dengan kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau mendapatkan manfaat atas suatu barang dan jasa di masa mendatang.

**Biaya Promosi.** Seperti yang di dikemukakan oleh Rangkuti (2009), yaitu biaya promosi juga adalah biaya pemasaran dan penjualan yang termasuk di dalamnya yaitu, semua biaya-biaya yang di dapat sebagai penjamin pelayanan untuk para konsumen dalam menyampaikan produk dan jasa mereka langsung ke tangan konsumen atau pembeli. Besar atau kecil biaya promosi yang di dapatkan mempengaruhi tingkatan penjualan pada perusahaan.

**Biaya Distribusi.** Biaya menurut Hansen dan Mowen (2009), merupakan nilai setara dengan kas yang dikorbankan demi mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan dan agar dapat bermanfaat baik untuk saat sekarang atau di masa mendatang bagi perusahaan. Distribusi juga merupakan penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Biaya distribusi termasuk juga biaya untuk menjual dan mengirim suatu produk dari perusahaan, Abdul Halim, (2012:429).

**Laba.** Kegiatan untuk mendapatkan selisih lebih atau untung dari pendapatan atas rugi atau beban yang berhubungan dengan usaha dan penghasilan menurut, Soemarso (2010). Jika beban melebihi dari pendapatan, selisihnya disebut sebagai rugi. Laba juga dapat didefinisikan sebagai kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi.

**Penelitian Terdahulu.** Firmansyah Kurniadi (2010), penelitian tentang "Pengaruh Biaya Promosi Dan Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada CV. Sejati Di Sragen". Tujuan pada penelitian adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh biaya promosi dan distribusi terhadap volume penjualan dan variabel mna yang menghasilkan pengaruh lebih dominan dari biaya promosi dan distribusi terhadap volume penjualan. Metode penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Hasil yang di dapat pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara variabel biaya promosi dan distribusi terhadap volume penjualan dan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan yaitu variabel biaya promosi. Widnyana, Nuridja, Ketut Dunia (2014), yang meneliti tentang "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba" pada UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah biaya promosi, biaya distribusi berpengaruh terhadap laba secara parsial dan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis telah menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya distribusi secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap laba.

---

**Kerangka Berpikir.** Biaya promosi, biaya distribusi berpengaruh terhadap kenaikan dan penurunan laba maka dari itu dari pihak perusahaan sebaiknya harus efektif dalam penentuan dan pengeluaran biaya-biaya tersebut.

**Hipotesis Penelitian.** Berdasarkan dari teori-teori dan kerangka berpikir peneliti, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Pagaruh Biaya Promosi Terhadap Laba pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado

H<sub>2</sub>: Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Laba pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado

### 3. METODE PENELITIAN

**Jenis Penelitian.** Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif yang diharapkan mampu memberikan gambaran melalui penghitungan dari data-data yang diperoleh dari perusahaan.

**Tempat Dan Waktu Penelitian.** Penelitian dilakukan di PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado dan lamanya waktu penelitian dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2018.

**Populasi Dan Sampel.** Populasi dalam penelitian ini adalah biaya promosi, biaya distribusi, dan laba PT Megamitra Makmur Sentosa yang dibagi pertriwulan yaitu pada periode 2010 sampai 2016. Sampel penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi pada yang ada di PT Megamitra Makmur Sentosa yaitu laporan keuangan biaya promosi, biaya distribusi dan laba 7 tahun terakhir pada periode 2010 sampai 2016 yang dibagi pertriwulan dan total observasi 28.

**Teknik Pengumpulan Data.** Dilihat dari sumber data maka teknik pengumpulan data menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sedangkan dilihat dari cara atau teknik pengumpulan data penulis dapat dilakukan dengan melalui : (1) penelitian lapangan (*field research*); (2) penelitian kepustakaan (*library research*); dan (3) studi internet (*internet research*).

**Metode analisis.** Metode analisis digunakan untuk menguji dan untuk mendapatkan hasil dari penelitian yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda *Multiple Regression Analysis* dengan pengujian data dibantu program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Analisis ini dimaksudkan untuk mengungkapkan pengaruh antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat yang sudah menjadi variabel pilihan yang akan diteliti. Dengan dukungan pengujian yaitu:

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas, data pada penelitian yaitu menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.
  - b. Uji Multikolonieritas, bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian ini akan dilakukan dengan uji *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* terhadap setiap variabel independen.
  - c. Uji Autokorelasi, untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan uji *Durbin Watson (DW test)* dan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi.
  - d. Uji Heteroskedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam penelitian ini terdapat gejala heteroskedastisitas.
2. Uji Hipotesis
  - a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
  - b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F), uji F diperlukan untuk menilai apakah model penelitian layak atau tidak untuk digunakan dan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.
3. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>), uji (R<sup>2</sup>) yakni untuk menugukur atau menerangkan suatu model variasi yaitu variabel dependen.
4. Analisis Regresi Linear Berganda, uji ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kedua variabel independent (X) secara simultan dengan variabel dependen (Y)

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Hasil Penelitian

PT Megamitra Makmur Sentosa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi bekerjasama dengan PT Telkomsel yang memasarkan dan menjual produknya yaitu seperti kartu perdana, *voucher* pulsa dan pulsa elektrik yang selalu di cari oleh semua konsumen terutama para *supplier* yang membuka *counter* pulsa di mana saja. Perusahaan yang didirikan 11 Maret tahun 2004 yang berlokasi di Jalan Piere Tendean Blok A No.15-16 Sario Utara, dengan letak cukup strategis dipusat kota Manado dan sangat dekat dengan pusat perbelanjaan yaitu Manado Town Square. PT Megamitra makmur sendiri dipimpin oleh Bpk. Daan Kairupan sebagai *General Manager* dan Bpk. Krestian Liester sebagai *Owner* Perusahaan.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Nomalitas

**Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
	N	28
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	202,23241610
	Absolute	0,206
Most Extreme Differences	Positive	0,199
	Negative	-0,206
Kolmogorov-Smirnov Z		1,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,186

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil dari Tabel 1 di atas sudah menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal dengan melihat nilai signifikansi sebesar  $0,186 > 0,05$ .

#### b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 2. Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-77,630	118,175		-0,657	0,517		
1	X1	7,499	0,001	1,971	8459,432	0,000	0,007 150,552
	X2	-5,999	0,001	-0,978	-4195,533	0,000	0,007 150,552

a. Dependent Variable: Y = Laba

Jika nilai *tolerance* yang di dapat  $\leq 0,10$  dan nilai VIF  $\geq 10$ , maka variabel-variabel dari penelitian di atas dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas atau tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengujian yang di dapat Tabel 2 di atas menunjukan nilai *tolerance* dan VIF Biaya Promosi (X<sub>1</sub>) yaitu 0,007 dan VIF 150,552, Biaya Distribusi (X<sub>2</sub>) yaitu 0,007 dan VIF 150,552.

**c. Uji Autokorelasi**

**Tabel 3. Uji Autokorelasi**

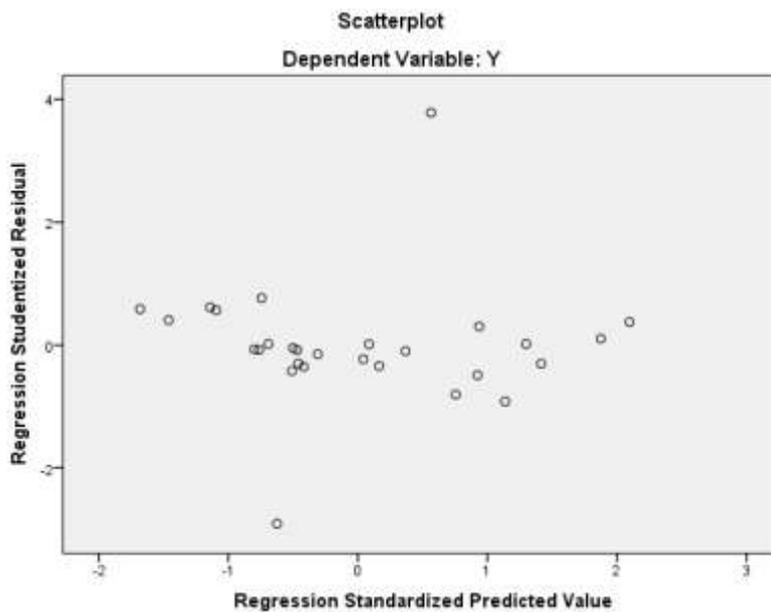
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,000 <sup>a</sup>	1,000	1,000	210,16608	1,949

a. Predictors: (Constant), biaya distribusi (X2), biaya promosi (X1)

b. Dependent Variable: Laba

Berdasarkan hasil atau nilai (*DW*) yang di dapatkan adalah 1,949, nilai ini dibandingkan dengan melihat nilai statistik yang sudah ditentukan pada tabel (*DW*) menggunakan nilai signifikansi 5% dan jumlah sampel adalah 28 (*n*), jumlah variabel independen 2 jadi ( $k=2$ ). Dengan melihat dari tabel *Durbin Watson* signifikansi 5% diperoleh nilai (*dl*) yaitu 1,255 dan (*du*) yaitu 1,1560. Nilai *Durbin Watson* adalah 1,949 lebih besar dari batas atas (*du*) yaitu 1,560 dan kurang dari  $4 - (du) = 4 - 1,560$  mendapatkan hasil =2,440. Hasil dari pengujian menunjukan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif.

**d. Uji Heteroskedastisitas**



Bisa dilihat pada gambar scatterplot di atas, kesimpulannya terlihat bahwa titik-titik yang ada menyebar sehingga tidak membentuk pola-pola tertentu yang jelas. Sehingga dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada penelitian ini.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. Hasil uji regresi linier berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-77,630	118,175		-0,657	0,517
1 X1	7,499	0,001	1,971	8459,432	0,000
X2	-5,999	0,001	-0,978	-4195,533	0,000

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = -77,630 + 7,499 X_1 - 5,999 X_2$$

Berdasarkan uji tabel di atas dapat disimpulkan hasil persamaan regresi linier berganda yaitu:

- Konstanta = -77,630 artinya bila variabel independen dianggap konstan, maka Laba yang dihasilkan sebesar -77,630 rupiah.
- Koefisien regresi biaya promosi ( $X_1$ ) = 7,499 artinya bila biaya promosi mengalami peningkatan 1 rupiah maka akan menaikkan Laba sebesar 7,499 rupiah dan juga terjadi sebaliknya.
- Koefisien regresi biaya distribusi ( $X_2$ ) sebesar = -5,999 artinya bila biaya distribusi mengalami peningkatan 1 rupiah akan menurunkan Laba sebesar -5,999 rupiah dan juga terjadi sebaliknya.

### Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinan (*Uji R<sup>2</sup>*)

**Tabel 5. Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1,000 <sup>a</sup>	1,000	1,000	210,16608

a. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi, Biaya Promosi

b. Dependent Variable: Laba

Berdasarkan uji di atas menunjukkan: terdapat nilai *R Square* yang menunjukkan koefisien determinasi. Hasil output di atas diperoleh nilai *R Square* sebesar 1,000 yang berarti bahwa, biaya promosi dan biaya distribusi mempengaruhi laba sebesar 100%.

b. Uji Signifikansi Simultan (*Uji F*)

**Tabel 6. ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	122470490400642,690	2	61235245200321,340	1386360561,721	0,000 <sup>b</sup>
1 Residual	1104244,580	25	44169,783		
Total	122470491504887,270	27			

a. Dependent Variable: Laba (Y)

b. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi ( $X_2$ ), Biaya Promosi ( $X_1$ )

Dengan melihat nilai signifikansi dan  $F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan secara simultan biaya promosi ( $X_1$ ) dan biaya distribusi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap laba ( $Y$ ).

c. Uji Statistik t (Uji t)

Tabel 7. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-77,630	118,175		-0,657	0,517
1 X1	7,499	0,001	1,971	8459,432	0,000
X2	-5,999	0,001	-0,978	-4195,533	0,000

a. Dependent Variable: Laba

**Pengaruh biaya promosi ( $X_1$ ) terhadap laba ( $Y$ ).** Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh variabel biaya promosi ( $X_1$ ) yaitu 0,000 yang artinya  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa secara individual biaya promosi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel laba ( $Y$ ).

**Pengaruh biaya distribusi ( $X_2$ ) terhadap laba ( $Y$ ).** Selain itu nilai signifikansi dari biaya distribusi ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0.000 yang artinya  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan secara individual biaya distribusi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel laba ( $Y$ ).

4.2. Pembahasan

**Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba.** Biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan secara tepat tentunya berpengaruh terhadap laba yang diterima oleh perusahaan. Karena semua perusahaan pastinya ingin meningkatkan dan berusaha untuk mendapatkan laba yang tinggi dengan tingkat penjualan yang lebih dan biaya promosi yang sesuai. Salah satu faktor penting yang harus dipertungkan perusahaan adalah biaya promosi yang akan digunakan untuk kegiatan promosi produk perusahaan (Widnyana et. al, 2014). Promosi juga merupakan kegiatan untuk meningkatkan *revenue* pada perusahaan, seperti yang telah diikemukakan oleh Freddy Rangkuti, (2009). Berdasarkan hasil uji t diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh variabel biaya promosi ( $X_1$ ) yaitu 0,000 yang artinya  $< 0,05$ , telah disimpulkan bahwa secara individual biaya promosi ( $X_1$ ) terdapat pengaruh signifikan positif terhadap variabel laba ( $Y$ ). Jika nilai signifikansi  $< 5\%$  atau t statistik lebih besar dari tabel t, maka hipotesis diterima (Ghozali, 2013:98). Uji regresi lainnya seperti data sudah terdistribusi dengan normal, tidak terjadi heteroskedastisitas, tidak terjadi multikolinieritas sehingga memenuhi persyaratan dalam analisis regresi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Maulidina Rahmanita (2017) yang menyatakan bahwa biaya promosi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi meningkatnya laba. Hasil uji di atas, menyatakan bahwa PT. Megamitra Makmur Sentosa telah menggunakan dan merealisasikan biaya promosi secara tepat. Jika aktivitas ini lebih dikembangkan, besar kemungkinan perusahaan bisa meningkatkan penjualannya dan menaikkan laba di perusahaan.

**Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Laba.** Biaya distribusi merupakan keseluruhan total kegiatan usaha untuk menyampaikan barang produksi dari perusahaan yang satu ke perusahaan yang lain dan kepada para produsen ke konsumen yang lainnya. Kesimpulannya melalui distribusi konsumen dengan mudah mendapat dan memakai produk-produk yang telah mereka beli. Berdasarkan uraian diatas fungsi biaya distribusi adalah untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan pengiriman barang dari produsen ke konsumen sehingga mutu pelayanan tepat waktu dan pembiayaan tidak mengalami resiko sehingga dapat meningkatkan penjualan dan laba pada perusahaan. Berdasarkan hasil uji t nilai signifikansi

dari biaya distribusi ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0.000 yang artinya  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan secara individual biaya distribusi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel laba ( $Y$ ) dan bisa dilihat pada tabel uji atas. Nilai Minus yang didapatkan pada thitung diabaikan karena tidak menjadi masalah selama  $X_2$  tidak sama dengan 0 dan uji regresi lainnya seperti data sudah terdistribusi dengan normal, tidak terjadi heteroskedastisitas, tidak terjadi multikolinieritas sudah terpenuhi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widnyana dkk (2015). Jadi terdapat pengaruh signifikan negatif pada biaya distribusi terhadap laba pada PT Megamitra Makmur Sentosa untuk meningkatkan laba sebaiknya perusahaan dapat dengan cermat mengelola biaya distribusi yang ada agar biaya distribusi digunakan sebaik mungkin dan dapat meningkatkan laba.

**Pengaruh Baya Promosi Dan Biaya Distribusi terhadap Laba.** Jika nilai signifikan  $< 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat diartikan bahwa semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Berdasarkan uji anova atau uji F dapat dilihat tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  atau  $F_{hitung} = 1386360561,721 > F_{tabel} = 3,39$ . Dengan melihat nilai signifikan atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa, secara simultan bahwa variabel biaya promosi ( $X_1$ ) dan variabel biaya distribusi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan positif dan negatif terhadap variabel laba, dapat dilihat pada tabel uji di atas. Dengan adanya biaya promosi kegiatan pemasaran yang ada di perusahaan dapat terlaksana dengan baik. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan baik akan berpengaruh terhadap perusahaan, karena pastinya semua perusahaan berusaha dan ingin meningkatkan laba dengan penentuan biaya promosi yang tepat. Perencanaan biaya distribusi juga secara cermat mempengaruhi laba perusahaan itu sendiri terutama PT. Megamitra Makmur Sentosa juga perlu melakukan analisa biaya distribusi yang tepat. Biaya distribusi menyangkut semua biaya yang berkaitan dengan kegiatan yang termasuk di dalamnya yaitu penjualan, distribusi dan pengantar barang kepada konsumen atau calon pembeli. Dari kegiatan ini mampu mempengaruhi peningkatan penjualan yang pastinya diharapkan dapat meningkatkan laba pada perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Maulidina Rahmanita (2017) dan Widnyana dkk (2015) yang menyatakan bahwa biaya promosi dan distribusi berpengaruh terhadap laba.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang di ambil dari penelitian antara lain:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan setiap biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan berpengaruh terhadap laba, maka PT Megamitra Makmur Sentosa perlu melakukan perencanaan dan pengendalian yang baik terhadap biaya promosi yang akan keluar. Setiap perusahaan yang didirikan tujuannya adalah untuk mencari laba optimal dengan pengorbanan yang minimal.
2. Perencanaan biaya distribusi yang baik oleh perusahaan akan mempengaruhi naik turunnya laba perusahaan. Hal ini sangat membutuhkan analisa yang tepat mengenai seberapa besar nantinya biaya distribusi yang akan dikeluarkan oleh PT. Megamitra Makmur Sentosa. Kegiatan distribusilah yang akan membuat penyaluran barang yang keluar untuk di realisaikan ke tangan konsumen atau calon pembeli sehingga dari kegiatan ini mampu mempengaruhi meningkatkan penjualan dan meningkatkan laba.
3. Secara simultan Biaya Promosi ( $X_1$ ) dan Biaya Distribusi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Laba ( $Y$ ), sehingga hipotesis ketiga diterima. Artinya bahwa setiap aktivitas biaya promosi dan biaya distribusi yang dikeluarkan perusahaan dianalisa dan dikendalikan dengan baik oleh perusahaan demi tercapainya laba perusahaan yang diinginkan.

## 5.2. Saran

Saran yang ingin penulis sampaikan berdasarkan hasil penelitian yaitu:

1. Bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian, diharapkan pada biaya promosi di perusahaan dapat di manfaatkan dengan baik oleh perusahaan karena cukup besar.
2. Pada penelitian ini telah menunjukkan bahwa biaya promosi selalu dapat menjadi variabel pendukung yang cocok karena sering berpengaruh terhadap laba perusahaan. Bagi perusahaan juga harus terus meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan kegiatan promosi dan pemasaran yang ada karena itu menjadi salah satu faktor untuk menaikkan laba.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel pendukung lainnya atau mengganti dengan variabel pendukung lainnya tetapi dengan metode penelitian yang sama, sehingga dapat mengembangkan dan memperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Halim. 2012. *Dasar-dasar Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPFPE.
- Ahmad, Abdullah. 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta
- Hansen dan Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial*. Terjemahan Deny Arnos Kwary. Jakarta: Salemba Empat.
- Harrison, W.T., Horngren, C.T., Thomas, C.W., dan Suwardy, T. 2012. *Akuntansi Keuangan*. Edisi IFRS, Edisi 8, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kurniadi, Firmansyah. 2010. *Pengaruh Biaya Promosi Dan Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada CV. Sejati Di Sragen*. Surakarta : Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
- Mulyadi. 2010. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Edisi kelima, Cetakan ketujuh. Jakarta : Salemba Empat
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rudianto, R. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga
- Prawironegoro, Darsono dan Ari Purwanti. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Edisi ketiga. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Soemarso, S. R. 2010. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi 5, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Perpajakan Indonesia*. Edisi ke-3. Jakarta: PT Index
- Syukriadi, Muhammad. 2016. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada CV. Citra Sari Makassar)*. Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Widnyana , Nuridja dan Dunia . 2014. *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012*. Bali : Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia. Vol 4, No 1, Tahun: 2014.