

PENGARUH BIAYA MARKETING, OPERASIONAL, PENYUSUTAN AKTIVA, ANGGARAN KEUANGAN TERHADAP CAPAIAN LABA DI LP3I CABANG CIREBON

Imas *¹

¹ Politeknik LP3I Kampus Cirebon

*e-mail: imas@plb.ac.id¹

Abstrak

Pengaruh Biaya Marketing, Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Program Anggaran Biaya Keuangan terhadap Capaian Laba Usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya marketing yang dikeluarkan terhadap pencapaian laba usaha perusahaan. Disamping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji pengaruh biaya operasional, biaya penyusutan dan program anggaran keuangan perusahaan pada peningkatan jumlah capaian laba perusahaan. Untuk menguji variabel tersebut, peneliti menggunakan data sekunder yang berasal dari data laporan keuangan perusahaan mulai tahun 2015 sampai dengan tahun 2018, dengan jumlah sample sebanyak 48 data, dari data laporan bulanan selama 4 tahun (48 bulan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya marketing, biaya operasional, biaya penyusutan dan program anggaran keuangan secara simultan memiliki pengaruh terhadap capaian laba, namun secara parsial biaya marketing dan biaya operasional memiliki pengaruh terhadap capaian laba perusahaan. Dengan demikian maka laba usaha perusahaan akan meningkat jika biaya marketing mengalami kenaikan seiring dengan jumlah bertambahnya peserta didik, yang secara otomatis akan meningkatkan omzet perusahaan. Untuk biaya penyusutan dan anggaran biaya tidak memiliki pengaruh terhadap capaian laba perusahaan.

Kata kunci: biaya marketing, biaya operasional, biaya penyusutan, anggaran biaya, laba usaha.

Abstract

This study aims to examine the effect of marketing costs incurred on the achievement of company operating profits. In addition, this study also aims to examine the effect of operating costs, depreciation costs and corporate financial budget programs on increasing the number of company profits. To test these variables, researchers used secondary data from company financial statement data from 2015 to 2018, with a sample size of 48 data, from monthly reporting data for 4 years (48 months). The results show that marketing costs, operational costs, depreciation costs and financial budgeting programs simultaneously have an influence on profit achievement, but partially marketing costs and operating costs have an influence on the company's profit achievement. Thus, the company's operating profit will increase if marketing costs increase along with the number of students, which will automatically increase the company's turnover. Depreciation expense and expense budget have no effect on the company's profit achievement.

Keywords: marketing costs, operational costs, depreciation costs, budget costs, operating profits.

PENDAHULUAN

Setiap organisasi termasuk yayasan, memiliki tujuan yang spesifik dan unik yang dapat bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Tujuan kuantitatif mencakup pencapaian laba maksimum, penguasaan pangsa pasar, pertumbuhan organisasi maupun produktivitas. Sementara tujuan kualitatif dapat disebutkan sebagai efisiensi dan efektivitas organisasi, manajemen organisasi yang tangguh, moral karyawan yang tinggi, reputasi organisasi, stabilitas, pelayanan kepada masyarakat dan citra perusahaan. Pada sektor jasa pendidikan swasta hal inipun berlaku sama, tetapi memang berbeda dengan perusahaan dagang atau manufaktur yang sangat mengejar laba usaha (laba usaha oriented), usaha jasa pendidikan bersifat dan bertujuan sosial, keagamaan dan kemanusiaan.

Pada era globalisasi sekarang ini, tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik yang akan bertahan. Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya (Wisesa, Zukhri, & Suwena,

2014). Hal tersebut menuntut manajemen perusahaan untuk selalu meningkatkan promosi maupun strategi-strategi pemasaran yang digunakan dengan tujuan memperoleh keuntungan-keuntungan sesuai dengan target perusahaan. Salah satu tujuan utama berdirinya setiap badan usaha atau perusahaan adalah memperoleh laba (Mulyadi, 2001).

Biaya marketing mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2016 sebesar Rp.708.156.584,00. Pengeluaran biaya marketing paling rendah terjadi pada tahun 2018 sebesar Rp.602.302.661,00. Sedangkan rata-rata biaya marketing periode 4 (empat) tahun terakhir adalah sebesar Rp.648.893.871,00. Sedangkan untuk penerimaan pendapatan tertinggi terjadi pada tahun 2016 sebesar Rp.4.039.561.623,00, untuk penerimaan paling rendah terjadi pada tahun 2018 sebesar Rp.3.275.901.047,00, rata-rata omzet selama 4 (empat) tahun terakhir sebesar Rp.3.707.389.057,00. Ada juga permasalahan lain terkait dengan marketing yaitu kemampuan SDM dibidang marketing masih kurang.

Biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan operasional suatu perusahaan, berikut data biaya operasional dalam kurun waktu 4 (empat) tahun terakhir mulai tahun 2015 s.d 2018, biaya personel (kepegawaian) merupakan biaya operasional tertinggi sebesar 22%, selanjutnya biaya umum kantor sebesar 21%, diurutan ketiga ada biaya marketing sebesar 12%. Hal ini sesuai dengan jurnal dari (Sembiring & Siregar, 2018), dalam jurnal Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih (2016), yang menyebutkan bahwa biaya operasional merupakan pengeluaran terbesar dalam suatu Perusahaan. Biaya penyusutan aktiva yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau lembaga akan berpengaruh terhadap laba usaha suatu perusahaan atau lembaga, walaupun pada hakikatnya biaya penyusutan aktiva ini tidak mempengaruhi arus kas secara langsung, tetapi karena merupakan unsur biaya maka berpotensi untuk mengurangi pengakuan laba usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kartini, 2014) yang menyebutkan biaya penyusutan berpengaruh terhadap laba usaha dan penghematan pajak. Hal inipun terjadi di LP3I Cabang Cirebon, biaya penyusutan aktiva merupakan salah satu biaya yang harus diperhitungkan.

Program keuangan mengenai budgeting anggaran setiap departemen juga dapat berpengaruh terhadap capaian laba usaha, dimana setiap departemen berpatokan kepada anggaran yang telah disetujui kantor pusat, sehingga target capaian laba usaha dapat dilakukan secara optimal. Efektivitas anggaran biaya operasi dapat dilihat dari besarnya penyimpangan anggaran biaya dengan realisasinya. Semakin kecil nilai penyimpangannya maka semakin efektif pengendalian anggaran biaya dan juga dapat meningkatkan laba usaha/operasi suatu perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Korua, 2008) dalam penelitiannya, Pengaruh Efektivitas Pengendalian biaya operasi terhadap laba operasi perusahaan.

Perhitungan laba usaha pada suatu perusahaan atau Lembaga pendidikan ada dua jenis, yang pertama adalah laba usaha net (NPM), dalam hal ini penulis memperhitungkan laba usaha LP3I Cabang Cirebon dengan laba usaha kotor (GPM), karena untuk Pph pasal 25 Badan usaha LP3I Cabang Cirebon menginduk kepada LP3I Kantor Pusat Jakarta.

Untuk menarik calon peserta didik LP3I Cabang Cirebon melakukan strategi-strategi marketing yang mana strateginya pun disusun secara detail dan terperinci dalam RAKERNAS (Rapat Kerja Nasional), sehingga bisa diterapkan di LP3I seluruh Indonesia, berikut dengan rincian anggaran yang dibutuhkan untuk melaksanakan program marketing tersebut. Selain itu biaya operasional yang dibutuhkan serta biaya penyusutan aktiva turut berpengaruh terhadap laba usaha suatu lembaga pendidikan swasta, beirkut dengan program budgeting anggaran yang dilakukan setiap bulan diharapkan juga dapat memaksimalkan capaian laba usaha yang diperoleh

METODE

Penelitian ini menggunakan alat bantu seperti buku-buku, makalah, jurnal-jurnal akuntansi, serta media informasi. Alasannya menggunakan metode ini adalah agar data yang diperoleh lebih andal, relevan, dan akurat kebenarannya. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan alat bantu berupa software Microsoft Excel dan juga software analisis statistik berupa SPSS 20.00. Objek dalam penelitian ini adalah jumlah biaya marketing, biaya operasional,

biaya penyusutan aktiva, program budgeting anggaran, dan capaian laba usaha di LP3I Cabang Cirebon periode 2015-2018. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan LP3I Cabang Cirebon dari awal berdiri hingga sekarang. Pengambilan sample diambil tahun, mulai dari 2015 s.d 2018. Jenis data penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif, sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan metode pustaka dan metode dokumentasi (pengamatan).

Pengukuran skala data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedistisitas dan regresi linear berganda. Persamaan regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

Keterangan:

Dimana :

Y = Laba usaha

a = Konstanta

β = Koefisien regresi

X1 = Biaya marketing

X2 = Biaya operasional

X3 = Biaya penyusutan
aktiva

X4 = Program anggaran
keuangan

e = Faktor pengganggu dari laporan keuangan LP3I Cabang Cirebon dalam jangka waktu 4 (empat)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Seluruh uji normalitas yang dilakukan menunjukkan bahwa data yang diteliti terdistribusi normal sig > 0,05, dapat terlihat dari bagan dibawah ini :

Table 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
	Mean	1E-7
Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	131411995,26705381
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,116
	Negative	-,072
Kolmogorov-Smirnov Z		,804
Asymp. Sig. (2-tailed)		,538
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Marketing	,972	1,029
	Operasional	,934	1,071
	Penyusutan	,987	1,013

Anggaran	,946	1,057
----------	------	-------

a. Dependent Variable: Laba

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearis dapat dilihat

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Apabila nilai tolerance diatas 0,10 dan VIF dibawah 5, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas. Berdasarkan data pada tabel 4.12, Biaya Marketing , Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Anggaran memiliki nilai tolerance > 0,10, dan nilai VIF < 5.

Keempat variabel independen tersebut memiliki nilai tolerance diatas 0,10 dan memiliki nilai VIF dibawah 5, artinya keempat variabel independent tersebut tidak terdapat hubungan multikolinearitas dan dapat digunakan untuk memprediksi Laba Usaha selama periode pengamatan (2015-2018). dari nilai tolerance dan lawannya serta dari Variance Inflation factor (VIF).

Tabel 3. Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	155177 128,64 5	165301 513,968		,939	,353
	Marketing	,003	,097	,004	,028	,978
	Operasional	-,016	,115	-,021	-,136	,892
	Penyusutan	1,297	6,043	,032	,215	,831
	Anggaran	-,165	,115	-,219	1,435	,158

a. Dependent Variable: absolut_residual

Dari tabel dapat diketahui bahwa nilai signifikansi keempat variabel independen lebih dari 0,05, Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,72 1 ^a	,520	,475	137388287,601	2,061

Dari hasil output pada tabel didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 2,061. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 48, serta k=4 (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai dL sebesar 1,3619 dan dU sebesar 1,7206. Karena nilai DW (2,061) berada diluar daerah dL dan dU, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak terjadi autokorelasi (no autocorrelation) dan tidak terdapat kesalahan data pada periode lalu yang mempengaruhi kesalahan data pada periode sekarang.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	421933659,044	249644969,201		1,690	,098
Marketing	,909	,146	,666	6,213	,000
1 Operasional	-,470	,174	-,296	-2,705	,010
Penyusutan	-15,794	9,127	-,184	-1,731	,091
Anggaran	,263	,173	,165	1,518	,136

a. Dependent Variable: Laba

Berdasarkan data pada tabel diatas persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 421933659,044 + 0,909 X_1 - 0,470X_2 - 15,794X_3 + 0,263 X_4$$

Keterangan:

Y = Laba Usaha

a = konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ = koefisien regresi

X₁ = Biaya Marketing

X₂ = Biaya Operasional

X₃ = Biaya Penyusutan

X₄ = Anggaran Biaya

e = Faktor Pengganggu

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	421933659,044	249644969,201		1,690	,098

Mar					
ketin	,909	,146	,666	6,213	,000
g					
Oper					
asio	-,470	,174	-,296	-2,705	,010
nal					
Peny	-				
usut	15,79	9,127	-,184	-1,731	,091
an	4				
Angg					
aran	,263	,173	,165	1,518	,136

a. Dependent Variable: Laba

Pengujian pengaruh Biaya Marketing (X1) terhadap Laba Usaha:

Berdasarkan hasil output SPSS untuk uji partial t Biaya Marketing terhadap Laba Usaha pada Tabel 4.16 dan dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Biaya Marketing tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Ha: Biaya Marketing berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Biaya Marketing terhadap Laba Usaha diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut $< 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Biaya Marketing berpengaruh terhadap Laba Usaha, dengan demikian hipotesis yang menyatakan Biaya Marketing berpengaruh terhadap Laba Usaha diterima. Adapun yang terjadi di LP3I Cabang Cirebon, kenaikan jumlah biaya marketing tidak selalu menambah laba usaha begitupun sebaliknya, penurunan biaya marketing tidak selalu mengurangi laba usaha, dikarenakan ada penyesuaian anggaran biaya perusahaan sehingga laba yang dicapai tetap mengalami kenaikan prosentase keuntungan.

Pengujian pengaruh Biaya Operasional (X2) terhadap Laba Usaha:

Berikut ini hasil output SPSS untuk uji partial Biaya Operasional terhadap Laba Usaha pada Tabel 4.16 dan dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Biaya Operasional tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Ha: Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba Usaha diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,010, nilai tersebut $< 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Usaha, dengan demikian hipotesis yang menyatakan Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Usaha diterima.

Pengujian pengaruh Biaya Penyusutan (X3) terhadap Laba Usaha:

Berikut ini hasil output SPSS untuk uji partial Biaya Penyusutan terhadap Laba Usaha pada Tabel 4.16 dan dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Biaya Penyusutan tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Ha: Biaya Penyusutan berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Biaya Penyusutan terhadap Laba Usaha diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,091, nilai tersebut $> 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Biaya Penyusutan tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha, dengan demikian hipotesis yang menyatakan Biaya Penyusutan berpengaruh terhadap Laba Usaha ditolak.

Pengujian pengaruh Anggaran Biaya (X4) terhadap Laba Usaha:

Berikut ini hasil output SPSS untuk uji partial Anggaran Biaya terhadap Laba Usaha pada Tabel 4.16 dan dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Anggaran Biaya tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Ha: Anggaran Biaya berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Anggaran Biaya terhadap Laba Usaha diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,136, nilai tersebut $> 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Anggaran Biaya tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha, dengan demikian hipotesis yang menyatakan Anggaran Biaya berpengaruh terhadap Laba Usaha ditolak.

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	878872029357974140,000	4	219718007339493536,000	11,640	,000 ^b
1 Residual	811648287503203200,000	43	18875541569841936,000		
Total	1690520316861177340,000	47			

a. Dependent Variable: Laba

b. Predictors: (Constant), Anggaran, Penyusutan, Marketing, Operasional

Uji simultan F dalam penelitian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut:

Ho5: Biaya Marketing, Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Anggaran Biaya tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha.

Ha5: Biaya Marketing, Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Anggaran Biaya berpengaruh terhadap Laba Usaha. Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Biaya Marketing, Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Anggaran Biaya terhadap Laba Usaha diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut < 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Biaya Marketing, Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Anggaran Biaya secara simultan berpengaruh terhadap Laba Usaha, dengan demikian hipotesis diterima.

Tabel 8 Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,721 ^a	,520	,475	137388287,601

Nilai R² pada tabel 4.18 menunjukkan nilai 0,520, artinya variabel dalam model hanya menjelaskan 52% maka berarti sebesar 48,8% dijelaskan oleh variabel di luar model. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa Biaya Marketing, Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Anggaran Biaya

berpengaruh terhadap Laba Usaha karena besarnya signifikansi pengaruh sebesar 52%, nilai tersebut signifikan.

Hasil pengujian masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya dapat dianalisis sebagai berikut:

Pengaruh Biaya Marketing (X1) terhadap Laba Usaha (Y)

Hasil pengujian statistik menggunakan uji hipotesis parsial t menunjukkan bahwa biaya marketing dalam penelitian ini berpengaruh terhadap laba usaha pada LP3I Cabang Cirebon. Hal ini mengindikasikan bahwa biaya marketing yang dikeluarkan oleh perusahaan mempengaruhi perusahaan untuk menambah laba usahanya. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan semakin besar biaya marketing yang dikeluarkan maka semakin besar laba usaha yang diperoleh

oleh LP3I Cabang Cirebon. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maulidina Rahmanita (2017)

Pengaruh Biaya Operasional (X2) terhadap Laba Usaha (Y)

Hasil pengujian statistik menggunakan uji hipotesis parsial t menunjukkan bahwa biaya operasional dalam penelitian ini berpengaruh terhadap laba usaha pada LP3I Cabang Cirebon. Hal ini mengindikasikan bahwa penambahan biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan mempengaruhi perusahaan untuk menambah laba usahanya, semakin besar biaya operasionalnya maka laba usaha yang diperoleh semakin kecil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fathony & Wulandari, 2020).

Pengaruh Biaya Penyusutan (X3) terhadap Laba Usaha (Y)

Hasil pengujian statistik menggunakan uji hipotesis parsial t menunjukkan bahwa biaya penyusutan dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap laba usaha pada LP3I Cabang Cirebon. Hal ini mengindikasikan bahwa penambahan biaya penyusutan yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan untuk menambah laba usahanya, semakin besar biaya penyusutannya maka laba usaha yang diperoleh semakin kecil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wairooy, 2017)

Pengaruh Anggaran Biaya (X4) terhadap Laba Usaha (Y)

Hasil pengujian statistik menggunakan uji hipotesis parsial t menunjukkan bahwa anggaran biaya dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap laba usaha pada LP3I Cabang Cirebon. Hal ini mengindikasikan bahwa penambahan anggaran biaya yang direncanakan oleh perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan untuk menambah laba usahanya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Korua, 2008).

Pengaruh Biaya Marketing (X1), Biaya Operasional (X2), Biaya Penyusutan (X3) dan Anggaran Biaya (X4) terhadap Laba Usaha (Y)

Hasil pengujian statistik menggunakan uji hipotesis simultan F menunjukkan bahwa biaya marketing, biaya operasional, biaya penyusutan dan anggaran biaya dalam penelitian ini berpengaruh terhadap laba usaha pada LP3I Cabang Cirebon. Hal ini mengindikasikan bahwa biaya marketing, biaya operasional, biaya penyusutan dan anggaran biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan mempengaruhi perusahaan untuk menambah laba usahanya. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa biaya marketing, biaya operasional, biaya penyusutan dan anggaran biaya berpengaruh terhadap laba usaha karena besarnya signifikansi pengaruh sebesar 52%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Laki, Nangoi, & Wokas, 2019)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada Bab IV, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: a) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Biaya Marketing terhadap Laba Usaha diperoleh hasil yang menyatakan Biaya Marketing berpengaruh terhadap Laba Usaha. b) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba Usaha diperoleh hasil yang menyatakan Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Usaha. c) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Biaya Penyusutan terhadap Laba Usaha diperoleh hasil yang menyatakan Biaya Penyusutan tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha. d) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Anggaran Biaya terhadap Laba Usaha diperoleh hasil yang menyatakan Anggaran Biaya tidak berpengaruh terhadap Laba Usaha. e) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh Biaya Marketing, Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Anggaran Biaya terhadap Laba Usaha diperoleh hasil yang menyatakan Biaya Marketing, Biaya Operasional, Biaya Penyusutan dan Anggaran Biaya secara simultan berpengaruh terhadap laba usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Fathony, Aditya Achmad, & Wulandari, Yulianti. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII. *Akurat/ Jurnal Ilmiah Akuntansi Fe Unibba*, 11(1), 43–54.
- Kartini, Popi Surita. (2014). Pengaruh Penyusutan Aktiva Tetap Terhadap Laba Dan Penghematan Pajak Pada PT. Kukar Mandiri Shipyard. *Ekonomia*, 3(3), 93–97.
- Korua, Irenne Juniar. (2008). *PENGARUH EFEKTIVITAS PENGENDALIAN ANGGARAN BIAYA OPERASI TERHADAP LABA OPERASI PERUSAHAAN (Studi kasus pada PT Pos Indonesia (Persero) di Bandung)*. Universitas Widyatama.
- Laki, Melisa Feronica, Nangoi, Grace B., & Wokas, Heinke R. N. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada Pt. Megamitra Makmur Sentosa Manado. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1).
- Mulyadi, M. S. (2001). Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa. *Edisi Ke-3. Salemba Empat. Jakarta*.
- Sembiring, Masta, & Siregar, Siti Aisyah. (2018). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih. *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, 2(3), 135–140.
- Wairooy, Ali. (2017). Pengaruh Biaya Penyusutan Aset Tetap terhadap Laba pada PT. Bank Sulselbar. *Jurnal Office*, 3(1), 1–6.
- Wisesa, I. Wayan Bayu, Zukhri, Anjuman, & Suwena, Kadek Rai. (2014). Pengaruh Volume Penjualan Mente Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Ud. Agung Esha Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).