

SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA PROMOSI PERUSAHAAN TERHADAP
PENDAPATAN PADA PT PRIMA KARYA MANUNGGAL
(PKM) KABUPATEN PANGKEP**

**NIAR LARASATI
NIM : 1661201 051**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2020**

SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA PROMOSI PERUSAHAAN TERHADAP
PENDAPATAN PADA PT PRIMA KARYA MANUNGGAL
(PKM) KABUPATEN PANGKEP**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan Oleh

**NIAR LARASATI
NIM : 1661201 051**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

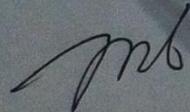
PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN
PADA PT PRIMA KARYA MANUNGGAL
KABUPATEN PANGKEP

Disusun dan diajukan oleh

NIAR LARASATI
1661201 051

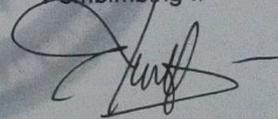
Telah diperiksa dan setuju untuk diujikan

Pembimbing I



Dr. Maat Pono, SE. M.Si

Pembimbing II



H. Muh. Yusuf, SE. M.M

Maros, 25 juli 2020
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros
Dekan,



Dr. Dahlan, S.E., M.M
NIDN : 0931125807

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

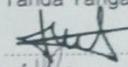
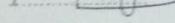
PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN PADA
PT. PRIMA KARYA MANUNGGAL KABUPATEN
PANGKEP

disusun oleh:

NIAR LARASATI
1661201051

Telah diujikan dan diseminarkan
pada tanggal 22 Agustus 2020

TIM PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Dr. Muhammad Nurjaya, S.Sos., M.Si	Ketua	
Iqra Allamal Insan, S.E., M.Ak	Anggota	
Dr. Maat Pono, S.E., M.Si	Anggota	
H. Muh. Yusuf, S.E., M.M.	Anggota	

Maros, 25 Agustus 2020
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros
Dekan


Dr. Dahlan, S.E., M.M.
NIDN. 0931125807

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Niar Larasati

Nim : 1661201 051

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Keuangan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH BIAYA PROMOSI PERUSAHAAN TERHADAP
PENDAPATAN PADA PT. PRIMA KARYA MANUNGGAL
(PKM) KABUPATEN PANGKEP**

Adalah murni hasil karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan sebagian atau seluruh karya ilmiah orang lain kecuali kutipan dengan menyebutkan sumbernya dan mencantumkananya di dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa di dalam karya Ilmiah ini mengandung unsur-unsur plagiasi, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Maros, 25 juli 2020

Yang menyatakan

Niar Larasati

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi Perusahaan Terhadap Pendapatan Pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep”** dan tidak lupa pula kita kirimkan salawat serta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, keluarganya, para sahabat dan umat islam hingga akhir zaman. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) pada jurusan Manajemen Keuangan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dalam kesempurnaan, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif demi kesempurnaan penulis. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembacanya, Amin.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing yang terhormat, yakni Yth. Bapak Dr. Maat Pono, S.E.,M.Si dan Bapak H. Muh. Yusuf, S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktunya dan pikirannya untuk membimbing Penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Kedua Orang Tua Ayah dan Ibu tercinta dengan penuh kasih sayang dan kesabaran telah membesarkan dan mendidik kami hingga dapat menempuh pendidikan yang layak, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.

Terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menghanturkan penghargaan dan terimah kasih kepada Bapak Dr. Maat Pono, S.E.,M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak H. Muh. Yusuf, S.E.,M.M selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini. selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. M. Ikram Idrus, M.S. Ketua Yayasan Perguruan Islam Maros
2. Ibu Prof. Nurul Ilmi Idrus, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Muslim Maros
3. Bapak Dr. Dahlah, S.E., M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muslim Maros
4. Ibu Nurlaela, S.E.,M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros
5. Bapak/ibu dosen Universitas Muslim Maros yang telah berjasa menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh staf Universitas Muslim Maros atas bantuan dan kerjasamanya selama ini.
7. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku utamanya Kelas A5 yang seelau ada dari semester 1 sampai dengan tiga, Keuangan A1 yang mempunyai kekompakan yang luar biasa dan segenap Keluarga besar KKN Tematik

Ang. III Desa Tompo Bulu Kecamatan Pangkep yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dalam kesempurnaan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif demi kesempurnaan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembacanya, Amin.

Maros, 25 Juli 2020

Penulis

ABSTRAK

NIAR LARASATI, 2020. *Pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep (dibimbing oleh Bapak Dr. Maat Pono dan Bapak H. Muh. Yusuf).*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, laporan penelitian terdahulu, laporan keuangan PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep tahun 2015-2019 dengan masa pengamatan selama 6 bulan yaitu dimulai dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2020. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program software SPSS (*Statistic Pockage For the Social Sciens* versi 24 for windows) ada pun metode yang digunakan yaitu metode analisis regresi linear seerhana, koefisien korelasi, determinasi, dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Biaya Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal karena bukan hanya Biaya promosi yang menjadi faktor meningkatnya pendapatan. Dimana teknik analisis data yang menggunakan analisis regresi sederhana, dimana variabel terikatnya yaitu pendapatan dimana hasil persamaan regresinya yaitu $Y = 295.753 - 0,133 X$. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara biaya promosi terhadap pendapatan. Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi menunjukkan hasil sebesar 0,614 yang artinya bahwa hubungan antara biaya promosi dengan pendapatan dikategorikan kuat. Sedangkan koefisien determinasi menunjukkan hasil sebesar 37,7% yang berarti terdapat pengaruh yang rendah terhadap pendapatan.

Kata kunci : Biaya Promosi dan Pendapatan

ABSTRACT

NIAR LARASATI, 2020. The Effect of Promotion Costs on Income at PT Prima Karya Manunggal Pangkep Regency (supervised by Dr. Maat Pono and Mr. H. Muh. Yusuf).

This study aims to determine the effect of promotion costs on income. Sources of data in this study are secondary data obtained from scientific journals, previous research reports, financial reports of PT Prima Karya Manunggal Pangkep Regency 2015-2019 with an observation period of 6 months, starting from January to June 2020. Methods The data analysis used in this research is the SPSS (Statistic Pockage For the Social Sciens version 24 for windows) software program. The methods used are simple linear regression analysis method, correlation coefficient, determinant, and t test.

The results of this study indicate that promotion costs do not have a significant effect on income at PT Prima Karya Manunggal because not only promotion costs are a factor in increasing income. Where the data analysis technique uses simple regression analysis, where the dependent variable is income where the results of the regression equation are $Y = 295,753 - 0,133 X$. Based on the results of the t test shows that there is no influence between promotion costs on income. Based on the results of the correlation coefficient test, the result is 0.614, which means that the relationship between promotion costs and income is categorized as strong. While the coefficient of determination shows a result of 37.7%, which means that there is a low influence on income.

Keywords: Promotion Costs and Income

DAFTAR ISI

HALAMAN

SAMPUL LUAR	i
SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRAC.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Laporan Keuangan.....	7
B. Laba Rugi.....	10
C. Pemasaran.....	11
D. Biaya Promosi.....	13
E. Pendapatan.....	18
F. Penelitian Terdahulu	20
G. Kerangka Pikir.....	22
H. Hipotesis	23
BAB III. METODE PENELITIAN	24
A. Tempat dan Waktu.....	24
B. Jenis dan Sumber Data.....	24
C. Teknik Pengumpulan Data.....	25
D. Metode Analisis Data	25
E. Defenisi Operasional Variabel.....	28
BAB IV SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN.....	29
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	29
B. Sumber Daya Perusahaan.....	33
C. Struktur Organisasi	33

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Biaya Promosi.....	36
B. Pendapatan.....	37
C. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan	39
BAB VI PENUTUP	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor

1. Table 1 Laporan Keuangan PT Prima Karya Manunggal	4
2. Table 2 Penelitian Terdahulu	20
3. Table 3 Impertasi Koefisien Korelasi.....	27
4. Tabel 4 Kriteria Koefisien Determinasi	27
5. Tabel 5. Biaya Promosi PT Prima Karya Manunggal	36
6. Tabel 6 Pendapatan PT Prima Karya Manunggal.....	38
7. Tabel 7 Volume Penjualan PT Prima Karya Manunggal	39
8. Tabel 8 Biaya Promosi PT Prima Karya Manunggal	39
9. Tabel 9 Harga Pokok Penjualan Semen	40
10. Tabel 10 Harga Pokok Penjualan Ready Mix.....	40
11. Tabel 11 Harga Pokok Jasa Transportasi	41
12. Tabel 12 Harga Pokok Usaha Workshop.....	41
13. Tabel 13 Harga Pokok Usaha Sipil	41
14. Tabel 14 Harga Pokok Jasa Cleaning Service	41
15. Tabel 15 Harga Pokok Usaha Tambang	42
16. Tabel 16 Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
17. Tabel 17 Hasil Perhitungan Korelasi.....	43
18. Tabel 18 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	44
19. Tabel 19 Uji t.....	45

DAFTAR GAMBAR

Nomor	
1.	Gambar 1. Kerangka Pikir22
2.	Gambar 2. Struktur Organisasi35

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. Laporan Keuangan PT Prima Karya Manunggal
2. Hasil Uji SPSS Versi 24
3. T tabel
4. Surat Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian
5. Surat Persetujuan Peneliti Dari PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep
6. Kartu Konsul Bimbingan Skripsi
7. Transkrip Nilai
8. Daftar Riwayat Hidup

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi sekarang ini memasuki era globalisasi, banyak persaingan didunia usaha untuk merebut dan menguasai pangsa pasar untuk dapat bertahan serta dapat berkopetensi dalam persaingan tersebut, suatu perusahaan harus memperhatikan efektifitas serta efisiensi dalam pemberdayaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan yang telah ditetapkan. Terlebih lagi semakin selektifnya konsumen untuk memilih barang yang bermutu tinggi dengan harga yang relatif murah. Untuk itu suatu perusahaan dituntut untuk memiliki strategi yang tepat terkhususnya strategi pemasaran.

Salah satu unsur dari strategi pemasaran terpadu adalah bauran pemasaran. Dimana bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya dipasar sasaran. (Kotler dan Amstrom 2012:75).

Dan menurut Buchari Alma (2011:205) Bauran pemasaran merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang maksimal.

Dalam konsep bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P yaitu *place* (tempat), *product* (produk), *price* (harga), dan *promotion* (promosi).

Tujuan menggunakan konsep pemasaran adalah untuk memperbaiki hubungan dengan konsumen karena hubungan yang lebih baik akan menguntungkan perusahaan, dan dapat meningkatkan pendapatan atau laba. Pendapatan merupakan arus masuk bruto dari suatu manfaat ekonomi yang muncul dari aktivitas normal perusahaan dalam waktu satu periode jika arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Kartiahadi 2012: 186).

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode berjalan yang muncul dalam rangkaian kegiatan biasa dari sebuah entitas ketika arus masuk dihasilkan. (Lam dan Lau 2014:317)

Strategi promosi merupakan salah satu point terpenting dalam pemasaran, karena dengan adanya promosi, perusahaan dapat memperkenalkan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dimana Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk yang akan mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli suatu barang yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Strategi pelaksanaan promosi merupakan langkah-langkah yang secara berurutan dari awal sampai akhir dalam proses mempromosikan suatu produk, yaitu melalui periklanan, kemudian diikuti dengan kegiatan promosi lainnya, diantaranya personal selling, promosi penjualan, publisitas.

Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya, (Rangkuti 2009:56).

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang. Banyak perusahaan asing dan domestik yang mendirikan usahanya di Indonesia, selain itu Indonesia merupakan pasar yang menguntungkan bagi para pendiri perusahaan semen karena didukung dengan kondisi geografisnya.

Pembangunan infrastruktur di seluruh Indonesia ini merupakan kesempatan yang bagus untuk meningkatkan pendapatan perusahaan baik bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri semen maupun yang bergerak dibidang distributor.

Salah satu yang termasuk dalam Semen Indonesia yaitu PT Semen Tonasa yang merupakan produsen semen yang telah memproduksi dan menjual semen didalam negeri dan luar negeri sejak tahun 1968. Dengan *merk* yang solid dikawasan timur Indonesia, perusahaan berusaha secara terus menerus mempertahankan *breand image* produk dengan terobosan-terobosan promosi dan strategi pemasaran dan distribusi yang optimal.

PT Prima Karya Manunggal merupakan salah satu afiliasi dari PT Semen Tonasa yang pertama kali didirikan pada tanggal 19 April 1982, yang mana sebelumnya dikenal dengan nama PT Purna Karya Manunggal kemudian berubah pada bulan maret tahun 1998 menjadi PT Prima Karya Manunggal. PT Prima Karya Manunggal mulai mendistribusikan Semen Portland Composit (PCC) untuk sub distributor.

PT Prima Karya Manunggal dalam mengembangkan usahanya terus memperluas kedalam 6 bidang industri, yaitu PCC distributor, transports,

batching plant dan Ready Mix, kontraktor, dan pengembang. Selain itu perusahaan tersebut telah diperluas dan memiliki beberapa cabang di Indonesia, seperti Makassar, Kendari, Mamuju, Samarinda, Banjarmasin, Ambon, dan Bitung yang dimana didukung oleh sekitar 514 tenaga kerja.

Dengan demikian hal ini menjadi peluang bagi PT Prima Karya Manunggal untuk menguasai pangsa pasar yang ada didalam negeri maupun luar negeri, dengan adanya beberapa cabang di Indonesia perusahaan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit dalam mempromosikan produknya. Banyaknya biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Adapun penelitian yang dilakukan saat ini pada perusahaan Distributor yaitu pada PT Prima Karya Manunggal yang dimana jika dilihat pada Laporan keuangan terhitung tahun 2015-2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Laporan Keuangan Biaya Promosi Perusahaan dan Pendapatan

Tahun	Biaya Promosi (Rp)	Pendapatan (Rp)
2015	225.665.930	258.091.848.992
2016	718.835.973	226.888.980.633
2017	200.257.698	214.021.738.661
2018	119.456.937	321.493.204.473
2019	62.746.666	308.884.802.312

Dari data keuangan diatas dapat dilihat biaya promosi pada tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami fluktuasi begitupun dengan pendapatan yang diperoleh perusahaan setiap tahunnya. Berdasarkan dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik mengangkat judul “**Pengaruh Biaya**

Promosi perusahaan Terhadap PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep”

B. Rumusan Masalah

`Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dikemukakan oleh peneliti adalah Apakah Biaya Promosi Berpengaruh Terhadap Pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.?.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanaka ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif seperti :

a. Manfaat Teoritis

a. Bagi akademisi

Sebagai bahan pertimbangan, perbandingan serta bahan perpustakaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

b. Manfaat Praktisi

a. Bagi perusahaan

Diharap dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan laba perusahaan.

b. Bagi Penulis

Diharapkan dari penelitian ini menambah wawasan penelitian dalam ilmu manajemen khususnya yang berkaitan dengan Biaya Promosi dan Pedapatan Perusahaan .

c. Bagi Pembaca.

Diharapkan mampu memberikan referensi bagi pembaca dan berguna untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Laporan Keuangan

1. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah hasil akhir dari proses pencatatan transaksi keuangan suatu perusahaan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan tersebut pada suatu periode akuntansi dan merupakan gambaran umum mengenai kinerja suatu perusahaan.

Laporan keuangan adalah suatu laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan saat ini atau periode berikutnya. Kasmir (2013:7)

Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Kasmir (2014:7)

2. Tujuan Laporan Keuangan

Pembuatan financial statement oleh suatu perusahaan tentunya ada tujuan yang ingin dicapai. Adapun beberapa tujuan umum pembuatan laporan keuangan adalah sebagai berikut :

- a. Untuk membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan.
- b. Untuk membantu perusahaan dalam menilai dan memprediksi pertumbuhan bisnis dimasa depan.
- c. Untuk menilai aktivitas pendanaan dan operasi perusahaan.

3. Fungsi Laporan Keuangan

Pada dasarnya financial statement berfungsi sebagai alat untuk membantu perusahaan dalam menilai kondisi keuangan perusahaan secara umum. Adapun beberapa fungsinya adalah sebagai berikut :

a. Sebagai Bahan Review

Financial statement dapat memberikan data atau informasi yang komperhensif tentang posisi keuangan perusahaan. Hal ini bisa menjadi ulasan mengenai kondisi perusahaan secara menyeluruh, khususnya kondisi keuangan (aset, utang, biaya operasional, dan lain-lain).

b. Sebagai Pedoman Membuat Keputusan

Salah satu fungsi penting dibuatnya laporan mengenai kondisi keuangan perusahaan adalah sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan penting bagi perusahaan.

c. Membantu Menciptakan Strategi Baru

Selain membantu proses pengambilan keputusan penting, financial statement juga adapat dipakai untuk menciptakan strategi baru oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan performa usahanya.

d. Meningkatkan Kredibilitas Perusahaan

Perusahaan yang membuat financial statement menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah menerapkan suatu sistem perekapan data yang terpercaya, akurat dan tidak sembarangan dalam mengambil keputusan. Para pemegang saham tentu lebih percaya menginvestasikan uang mereka kepada perusahaan yang dipercaya dan memiliki kredibilitas yang baik.

4. Jenis-Jenis Laporan Keuangan

a. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah suatu laporan yang menjelaskan tentang kinerja keuangan suatu entitas bisnis dalam suatu periode akuntansi. Didalam laporan ini terdapat informasi mengenai unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan sehingga diketahui laba atau rugi.

b. Laporan Neraca

Laporan neraca adalah laporan yang menjelaskan informasi kondisi keuangan suatu entitas bisnis pada tanggal tertentu. Dalam laporan ini kita dapat mengetahui berapa jumlah aktiva (harta, aset), kewajiban (utang), dan ekuitas perusahaan.

c. Laporan Arus Khas

Laporan arus khas adalah financial statement suatu entitas bisnis yang dipakai untuk menunjukkan aliran masuk atau keluar khas perusahaan pada suatu periode akuntansi. Laporan ini juga menjadi alat pertanggung jawaban cash flow selama periode pelaporan.

d. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal adalah jenis laporan yang didalamnya terdapat informasi tentang modal atau ekuitas perusahaan pada periode tertentu. Laporan ini dapat memberikan informasi seberapa besar terjadi perubahan modal dan apa yang menyebabkan terjadinya perubahan tersebut.

B. Laba Rugi

1. Pengertian Laba Rugi

Laporan laba rugi secara umum merupakan laporan keuangan yang memberikan informasi tentang hasil kegiatan operasional perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Laporan laba rugi adalah membandingkan pendapatan terhadap beban pengeluarannya untuk menentukan laba atau rugi bersih. (Najmudin 2011:71).

Laporan laba rugi adalah laporan yang merangkum pendapatan dan beban perusahaan dalam suatu periode akuntansi. (Brigham dan Houston 2010)

2. Fungsi Laporan Laba Rugi

- a. Memberikan informasi untuk pengguna keuangan perusahaan tentang keuntungan atau kerugian yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b. Menunjukkan tren perusahaan selama periode tertentu dengan membandingkan laba dan rugi perusahaan dari tahun ketahun.
- c. Menganalisa sumber keuntungan paling besar yang dihasilkan dan juga menunjukkan sumber pengeluaran terbesar dalam memakan biaya.
- d. Sebagai alat bantu untuk menghitung serta menganalisa pertumbuhan perusahaan.

- e. Menjadi pedoman perusahaan untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan keuntungan
- f. Sebagai gambaran perusahaan secara keseluruhan dihadapan calon investor dan kreditur yang akan melakukan kerja sama dengan perusahaan.
- g. Sebagai media bagi perusahaan untuk mealkukan evaluasi.

C. Pemasaran

1. Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal ini tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan. Stanton dalam Tambajong (2013:1293)

Pemasaran adalah proses manajemn yang berupaya memaksimumkan laba (returns) bagi pemegang saham dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (value coustumers) dan menciptakan keunggulan komparatif. Dayle dalam Sudaryono (2016:41)

Dari defenisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana

strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

2. Konsep pemasaran

Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara yang terlibat didalamnya. Cara dan falsafah baru ini disebut konsep pemasaran (marketing concept). Konsep pemasaran tersebut dibuat dengan menggunakan tiga faktor dasar yaitu:

- a. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/pasar.
- b. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
- c. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikordinasi dan diintegrasikan secara organisasi.

Swastha dalam Hartono (2012:884) Mendefenisikan konsep pemasaran sebagai falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Bagian pemasaran pada suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang

diinginkan berarti kinerja bagian pemasaran dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar.

3. Tujuan konsep pemasaran

Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan. Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik kemudian menyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan konsep pemasaran menghendaki agar manajemen membentuk keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana cara memuaskan konsumen.

D. Biaya promosi

1. Pengertian Biaya Promosi

Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau revenue yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan atau biaya kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. (Rahayu 2018:6)

Biaya merupakan semua pengeluaran yang sudah terjadi yang digunakan dalam memproses produksi yang dihasilkan. Biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi baik berwujud maupun tidak berwujud, yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi

(*expired cost*) atau akan terjadi (*unexpired cost*) untuk mencapai tujuan tertentu secara umum dapat diketahui bahwa biaya merupakan seluruh sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan dan memperoleh barang atau jasa, (halim 2010:4) .

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. (Rambat Lupiyoadi 2013:92).

Sedangkan menurut Rangkuti (2009:56) menyatakan bahwa biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya.

Dengan demikian biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ketangan konsumen (Rangkuti 2009:56).

2. Tujuan Promosi

Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan peromosi tentu tujuan utamanya adalah untuk mencari laba menurut Tjiptono (2015:p.387), pada umumnya kegiatan promosi harus mendasarkan kepada tujuan sebagai berikut :

1. Menginformasikan

Kegiatan promosi yang bertujuan untuk berusaha menginformasikan konsumen akan merek tau produk tertentu baik itu produk ataupun

merek baru atau produk dan merek yang sudah lama tetapi belum luas terdengar oleh konsumen.

2. Membujuk

Kegiatan promosi yang bersifat membujuk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan. Perusahaan lebih mengutamakan penciptaan kesan positif kepada konsumen agar promosi dapat berpengaruh terhadap perilaku pembeli dalam waktu yang lama.

3. Mengingat

Kegiatan promosi yang bersifat mengingatkan ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat, dan mempertahankan pembeli yang akan melakukan transaksi pembelian secara terus menerus.

Meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan kombinasi antara variabel-variabel yang ada dalam bauran promosi. Variabel-variabel tersebut meliputi periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan. Sehingga perlu adanya pengkombinasian variabel-variabel tersebut agar dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Adapun defenisi dari bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

3. Bauran promosi

Bauran promosi merupakan alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen atau calon konsumen. Bauran promosi menurut Kotler dan Amstrong (2014: p.429) bauran promosi adalah perpaduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat (publikasi), dan penjualan personal. Berikut defenisi dari bauran promosi tersebut dinataranya:

1. *Advertsing* (periklanan)

Periklanan adalah segala bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi mengenai gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Periklanan merupakan salah satu dari empat alat penting yang digunakan suatu perusahaan untuk melancarkan komunikasi persuasif terhadap pembeli dan masyarakat. Komunikasi perssuasif ditujukan untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan.

Tujuan periklanan yang terutama adalah menjual atau meningkatkan penjualan barang, jasa atau ide. Adanya kegiatan periklanan sering mengakibatkan terjadinya penjualan dengan segera, meskipun banyak pula penjualan yang terjadi dalam waktu mendatan. Dengan demikian secara umum dapat dikatakan tujuan periklanan adalah untuk meningkatkan penjualan yang menguntungkan.

2. Personal selling

Dalam personal selling terjadi interaksi secara langsung, saling bertemu muka antara pembeli dan penjual. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat individual dan dua arah, sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli. penyampaian berita atau percakapan yang mereka lakukan sangat fleksibel karena dapat menyesuaikan dengan situasi yang ada.

3. Publisitas (publikasi)

Publisitas merupakan bagian dari fungsi yang lebih luas, yaitu hubungan masyarakat dan meliputi usaha-usaha untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara organisasi dan masyarakat dan juga dengan calon pembeli. Sedangkan definisi dari publisitas adalah sejumlah informasi tentang seorang, barang atau organisasi yang disebar oleh masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya atau tanpa pengawasan dari sponsor.

4. Sales promotion (promosi penjualan)

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi selain periklanan, personal selling, maupun publisitas. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara lain : peragaan, pertunjukan pameran, demonstrasi, dan sebagainya, biasanya kegiatan ini dilakukan bersama sama dengan kegiatan promosi lain dan biayanya relatif lebih murah dibandingkan periklanan dan personal selling selain itu promosi penjualan

juga lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya yang tersedia dan dimana saja.

E. Pendapatan

1. Pengertian pendapatan

Pengertian pendapatan berbeda dengan penghasilan karena defenisi penghasilan (income) meliputi baik pendapatan maupun keuntungan. Pendapatan timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang bisa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, deviden, royalti dan sewa. sedangkan keuntungan mencerminkan pos lainnya yang memenuhi defenisi penghasilan dan mungkin timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa. Keuntungan yang biasanya dilaporkan dalam jumlah bersih setelah dikurangi dengan beban yang bersangkutan.

Pendapatan merupakan arus masuk bruto dari suatu manfaat ekonomi yang muncul dari aktivitas normal perusahaan dalam waktu satu priode jika arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Kartiahadi 2012: 186).

Pendapatan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan liabilitas yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi modal. Martani dkk (2016: 204)

Pendapatan adalah arus masuk *bruto* dari manfaat ekonomis selama periode berjalan yang muncul dalam rangkaian kegiatan biasa dari

sebuah entitas ketika arus masuk dihasilkan dalam penambahan modal, selain yang berkaitan dengan kontribusi pemegang ekuitas. Lam dan Lau (2014:317)

Berdasarkan beberapa defensi diatas mengenai pendapatan, terlihat adanya karakteristik pendapatan yaitu pendapatan sebagai *inflow of net assets* (arus masuk yang meningkatkan aktiva) dan pendapatan sebagai *outflow of goods and services* (arus keluar barang dan jasa).

Pendekatan pendapatan sebagai arus masuk memusatkan perhatian kepada hasil yang diperoleh perusahaan yang menyebabkan kenaikan aktiva akibat dari kegiatan operasional perusahaan. Sedangkan pendekatan pendapatan sebagai arus keluar memusatkan perhatian kepada penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan dan transfer barang dan jasa tersebut kepada konsumen atau produsen lain.

Tetapi walaupun pendapatan merupakan inflow dari assets tetapi tidak semua inflow dari assets tersebut dapat diakui sebagai pendapatan. Misalnya penjualan saham perusahaan merupakan inflow dari aset tetapi tidak merupakan pendapatan karena tidak ada hubungannya dengan operasi utama perusahaan. Demikian pula dengan dana yang berasal dari pinjaman (kredit), hadiah, hibah, dan lain-lain, bukan merupakan pendapatan perusahaan.

2. Sumber pendapatan.

Pada dasarnya pendapatan yang diperoleh suatu perusahaan dapat dikelompokkan dalam dua sumber yaitu pendapatan operasional dan

pendapatan non operasional. Hal ini disebabkan karena sifat pendapatan dikaitkan dengan operasi utama perusahaan.

Pendapatan operasional adalah pendapatan yang berasal dari aktivitas utama perusahaan, sesuai dengan jenis usahanya, yang berlangsung secara berulang-ulang dan terus menerus tiap priode. Jadi apabila perusahaan bergerak dalam bidang perdagangan maka yang dimaksud dengan pendapatan operasional adalah pendapatan dari penjualan (sales) barang-barang dagangannya.

Pendapatan non operasional adalah pendapatan yang bersumber dari luar aktivitas utama perusahaan atau tidak berhubungan secara langsung dengan aktivitas utama perusahaan. Misalnya pendapatan bunga, sewa dan pendapatan dividen. Bagi perusahaan dagang pendapatan tersebut bukan merupakan pendapatn operasionalnya karena tidak berhubungan langsung dengan kegiatan perdagangannya.

F. Penelitian terdahulu

Terdapat beberapa penelitian teerdahulu yang terkait dengan pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan, diantaranya :

Tabel 2. (Penelitian Terdahulu)

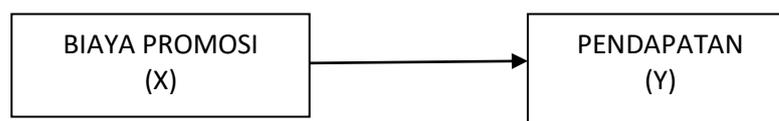
No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Ibrahim, M, Tahun 2017	Analisis pengaruh biaya	Metode yang dipakai	Hasil analisis pengaruh dengan menggunakan regresi linear sederhana di

		promosi terhadap pendapatan pada Hotel Le Grandeur	adalah metode regresi sederhana.	hasilkan persamaan: $Y=(88528013.155)+9,101 X$. Berdasarkan hasil pengujian signifikan terhadap nilai koefisien (b), dengan menggunakan uji F (Anova) menunjukkan bahwa hasil uji signifikan = $0,000 < 0,05$ (5%) artinya H_0 ditolak, berarti Terdapat pengaruh yang signifikan dari biaya promosi terhadap volume penjualan.
2.	Faizun Nuranini 2016	Pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan penjualan PT. Rimo international Lestari Tbk	Menggunakan uji t	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi dan pendapatan penjualan pada PT Rimo international lestari tbk Dari tahun 2006 sampai tahun 2015 mengalami penurunan. Dari hasil statistik uji t diperoleh bahwa biayapromosi memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan Penjualan.
3.	Aggy Mukhtiar Putra 2015	Pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan Pada Taman Wisata Tirta Sanita Ciseang Bogor	Peneliti menggunakan metode analisis korelasi product moment.	Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear menunjukkan $Y= 20,05 + 15,06 X$ (dalam satuan). Artinya setiap peningkatan biaya promosi sebesar 1 maka pendapatan akan meningkat sebesar 15,06. Sedangkan koefisien korelasi sebesar 0,58. Hal ini menunjukkan bahwa antara biaya promosi terhadap pendapatan terdapat hubungan yang sedang. Dan koefisien determinasi sebesar 0,34 atau 34%. Ini berarti 34% peningkatan pendapatan dipengaruhi oleh biaya promosi selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh

				peneliti. Dan dari perhitungan uji t diperoleh t hitung sebesar 1,23 < t tabel sebesar 3,182 hal ini berada didaerah penerimaan H_0 . Jadi hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap pendapatan pada Taman Wisata Tirta Sanita Ciseang-Bogor.
4.	Erwin Jumadi 2011	Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan pendapatan pembiayaan pada PT Bank BRI Syariah	Menggunakan metode analisis regresi linear sederhana.	Berdasarkan hasil analisis regresi Linear sederhana dengan persamaan regresi $Y = 93,85 + 1,29 X$, menunjukkan bahwa korelasi atau keterkaitan yang positif dan signifikan antara variabel dependen (pendapatan Dengan Variabel independen (biaya promosi), yang ditunjukkan dengan nilai $r = 0,6909$, $r^2 = 0,6909^2 = 0,4773$.

G. Kerangka Pikir

Berdasarkan tinjauan teoritis maka disusun kerangka pikir untuk memudahkan pelaksanaan penelitian. Kerangka pikir ini memuat secara runtut kronologis tentang alur pikir dan pelaksanaan penelitian sehingga dicapai tujuan penelitian. Adapun kerangka pikir diuraikan sebagaimana gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir

H. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep yang beralamat di JL. Biringere Tonasa 2 kabupaten Pangkep. Waktu penelitian dilakukan selama 6 (enam b) bulan, dimulai dari bulan Januari-juni 2020.

B. Jenis dan sumber data

Adapun jenis sumber data yang digunakan dalam penulisan ini adalah :

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan sebagai berikut :

- a. Data kuantitatif yaitu data yang dapat dihitung atau data yang berupa angka-angka dalam hal ini data yang berupa laporan keuangan PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.
- b. Data kualitatif, data yang tidak dapat dihitung atau data yang bersifat informasi lisan dan tulisan dari perusahaan mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi, serta lainnya yang berhubungan dengan penulisan.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Sumber data primer adalah oleh responden, angket, wawancara kuisisioner dan lain-lain.

b. Data Sekunder

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa dokumen-dokumen dan laporan tertulis dari perusahaan, yang diperoleh dari laporan keuangan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data-data seperti laporan keuangan dan dengan metode dokumentasi, metode dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan cara mencatat hal-hal yang berhubungan dengan masalah penelitian. Data tersebut berupa jumlah biaya Promosi dan pendapatan perusahaan.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif untuk membuktikan hipotesis, atau untuk menunjukkan jawaban atas permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, yakni untuk menunjukkan pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan dengan menggunakan analisis regresi sederhana, analisis korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

1. Regresi Sederhana

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara biaya promosi terhadap Pendapatan adalah metode regresi sederhana dimana rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

X = Biaya Promosi

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Selanjutnya untuk mengetahui nilai a dan b dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

2. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah untuk mengetahui hubungan antara variable (Y) ke (X). Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah data

X = biaya promosi

Y = Pendapatan

Tabel 3
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 -- 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2007:214)

3. Koefisien Determinasi

Adapun rumus dari koefisien determinasi untuk mengukur seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan yaitu:

$$KD = r^2 \cdot 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Tabel 4. Kriteria Koefisien Determinasi

Interval	Tingkat Pengaruh
0%-19%	Sangat Rendah
20%-39,9%	Rendah
40%-59,9%	Sedang
60%-79,9%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2006:216)

4. Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan apakah hipotesis diterima atau ditolak maka digunakan uji t dan t tabel. Dimana ketika t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima, dan begitupun sebaliknya ketika t hitung lebih kecil dari t tabel maka hipotesis ditolak.

Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai t adalah sebagai berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{r \cdot \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Tahun

E. Defenisi Operasional Variabel

1. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah dana yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk (promosi barang) pada konsumen. Dan ini merupakan biaya yang dikeluarkan oleh PT Prima Karya Manunggal dalam promosi penjualan semen selama 5 (lima) tahun terakhir.

2. Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil atau laba yang didapatkan oleh perusahaan dari aktivitas-aktivitas perusahaan seperti penjualan dan masih banyak lagi yang lainnya.

BAB IV

SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT. PRIMA KARYA MANUNGGAL – PT.PKM yang didirikan dengan akte No. 129 pada tanggal 18 April 1982 dengan nama awal PT. Purna Karya Manunggal adalah salah satu perusahaan Aflisiasi PT. Semen Tonasa Pangkep Sulawesi Selatan. Semua hanya bergerak dibidang diistribusi semen dari produk PT. Semen Tonasa yang didistribusikan ke sub distribusi sebagai pelanggan tetap.

Pada tanggal 07 Maret 1998 dengan No. Akte 16 berubah nama menjadi PT. Prima Karya Manunggal, sejalan dengan waktu dan pesatnya pertumbuhanekonomi maka PT. Prima Karya Manunggal turut berkembang dan saat ini mempunyai enam (6) jeis usaha dan didukung oleh karyawan sebanyak 554 orang yang cukup berpengalaman dibidangnya masin-masing.

Jaringan pelayanan PT. Prima Karya Manunggal ada dibeberapa wilayah seperti : Jakarta, Samarinda (Kalimantan Timur), Banjarmasin (Kalimantan Selatan), Bitung (Sulawesi Utara), Kendari (Sulawesi Tenggara) dan Ambon.

PT. Prima Karya Manunggal yang beralamat dikantor Pusat PT. Semen Tonasa lantai 1 Biringere-Pangkep Sulawesi Selatan, adapun jenis usaha yang dimaksud adalah:

1. Penjualan / Distributor Semen Bag dan Curah

Kegiatan dibidang penjualan / Distributor semen dimulai sejak tahun 1982 dan tugas utamanya mendistribusikan semen baik bag maupun curah keseluruh pelosok Sulawesi Selatan Khususnya dan Indonesia bagian Timur pada umumnya. Serta ditunjang oleh armadayang cukup banyak berupa *Dump Truck, trailer*, dan Truck Kapsul sehingga memungkinkan untuk melayani proyek-proyek skala besar dengan jaminan kualitas kwantitas serta kontinutas yang dapat dijamin dan memuaaskan.

2. Penjualan *Ready Mix Concrete*

Dibangun pada tahun 1991 di Desa Biringere Kabupaten Pangkep dengan kapasitas 60 M³/Jam dan dilengkapi dengan peralatan pencuci batu pecah. Semua kebutuhan *Ready Mix Concrete* untuk membangun Pabrik Tonasa iv dan V di suplay dari unit usaha ini.

Meskipun semula hanya untuk memenuhi kebutuhan *Ready Mix Concrete* PT. Semen Tonasa, namun saat ini telah melayani pelanggan perorangan dan kontraktor diberbagai kabupaten seperti : Pangkep, Maros, Barru, Gowa, Pinrang, dan Kotamadya Parepare.

Pada tahun 2000 dibangun satu Unit Batching Plant dikawasan Kima Makassar untuk menjangkau pelanggan yang ada di kota Makassar dan pada tahun 2001 dilakukan ekspansi di kota Kendari.

3. Unit Usaha Transportasi

Unit usaha transportasi dimulai sejak tahun 1982 husus untuk pengangkutan semen ke pelanggan kemudian berembang

kepengangkutan material lainnya seperti : pengangkutan pasir silika, batubara, batu kapur, tanah liat dan semua bahan baku yang diperlukan oleh PT. Semen Tonasa.

Untuk melaksanakan kegiatan pengangkutan ini sarana pendukung yang ada tersedia dari 200 unit armada yang terdiri dari *Dump Truck*, mobil kapsul dan mobil trailer yang selalu siap melayani pelanggan dengan menjaga mutu serta pelayanan yang prima.

4. Unit Usaha *Workshop* dan Pabrikasi

Unit usaha *Workshop* dan pabrikasi PT. Prima Karya Manunggal didirikan pada tahun 1994 di atas lahan seluas 10 hektar di Desa Biringere ke. Bungoro dengan kapasitas produksi 300 Ton/bulan, dengan jenis pekerjaan *Steel Structure, Plate Work dan Erection*.

Tugas utama dari unit usaha inilah membantu PT. Semen Tonasa dalam melakukan dan pemeliharaan pabrik serta membantu perusahaan afiliasi lainnya.

5. Unit Usaha Kontraktor/Sipil dan *Cleaning Service*

Sejak tahun 1990 unit usaha kontraktor telah melaksanakan beberapa proyek dari PT. Semen Tonasa seperti perbaikan jalan, pembangunan *Central Control Room*, pembangunan kolam renang, pembangunan silo serta perbaikan pondasi peralatan utama pabrik.

Unit usaha sipil dimulai pada tahun 1987 dan telah membangun perumahan Bungoro Indah tahap I sampai dengan tahap IV dengan total 300 unit rumah yang diperuntukkan bagi karyawan PT. Semen Tonasa dan

kkaryawan afliasi. Pada tahun 2000 melaksanakan pembanguna perumaha di KM.16 Daya tepatnya Griys Prima Tonasa sebanyak 300 unit yang diperlukan kepada seluruh lapisan masyarakat.

6. Unit Usaha Alat Berat dan Tambang

Jasa alat berat tambang sejak tahun 1995 untuk penambangan pasir slika, tanah liat serta batu kapur yang lokasinya telah tersebar di beberapa tempat seperti Mallawa Kabupaten Maros Kecamatan Balocci Pangkep dan kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru da unit ini telah didukung oleh peralatan yang memadai seperti *Backhoe, Whell Loade, Excavator* dan *Veermeer*.

Untuk mengelola dan mengembangkan perusahaan ini kedepan erta untuk tujuan yang telah dicanangkan dan dituangkan bersama dalam Visi dan Misi perusahaan yaitu:

Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan terkemuka yang terkenal di Sulawesi dan Indonesia pada umumnya.

Misi Perusahaan

- a. Meningkatkan nilai tambah bagi pemegang saham dan stake holder lainnya dalam jangka panjang.
- b. Mendukung daan menjamin erta mensukseskan program PT. Semen Tonasa (Persero).
- c. Berperan aktif mendukung dan mensukseskan program pemerintah.

Dalam menjalankan misi untuk mencapai visi tersebut dicanangkan lima semangat sebagai budaya perusahaan seperti semangat solusi, semangat berkarya, semangat persaudaraan, semangat optimisme dan semangat persaudaraan.

B. Sumber Daya Perusahaan

Sumber daya yang dimiliki perusahaan PT. Prima Karya Manunggal adalah sebagai berikut :

1. 18 Unit Alat Berat (Crane, Exavator, Loader dan Forklit)
2. 135 Unit Mobil Truck (D. Truck, Trailer, Head Tractor dan Hopper Trank)
3. 22 Unit mobil Mixer (Kapasitas 5 M³)
4. 4 Unit Mobil Concrete Pump (Kapasitas 60 M³/ jam
5. 2 unit Crusher Batu Pecah
6. 1 Unit alat pencuci pasir
7. 3 Unit Batching Plant (Pangkep, Makassar , Kendari)

C. Struktur Organisasi

Untuk memperlancar kegiatan perusahaan dalam proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan baik jangka pendek maupun tujuan jangka panjang maka perludanya pembagian tugas yang jelas, hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya saling tumpang tindih dalam melaksanakan tugas, oleh karena itu perlu diciptakan suatu team kerja yang kompak dan saling membantu serta saling menunjang anatara satu dnegan yang

lainnya dalam pelaksanaan pekerjaan sebagai upaya mempercepat tercapainya tujuan perusahaan.

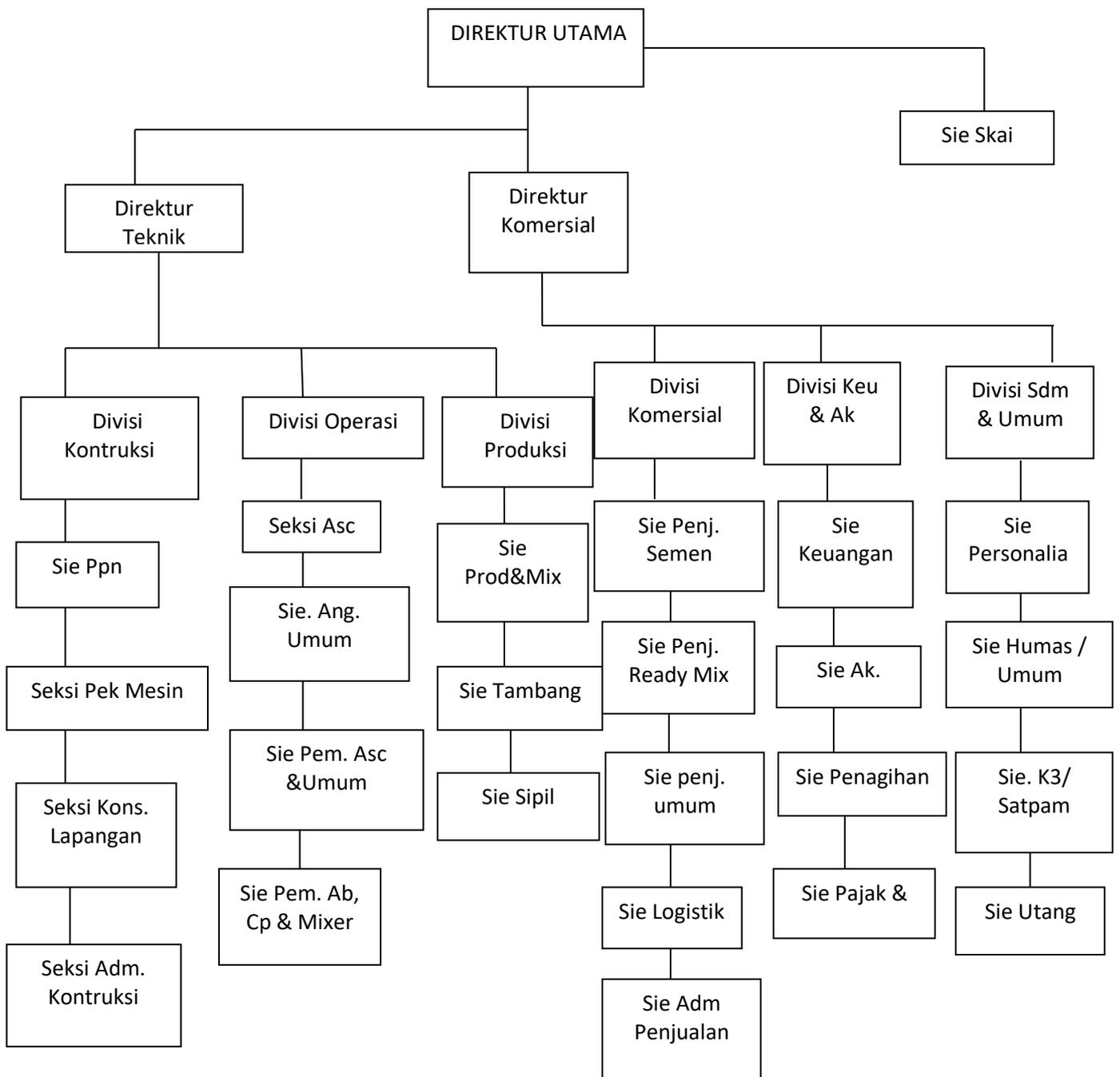
PT. Prima Karya Manunggal memakai struktur organisasi yang berbentuk lini dan staf, Direktur utama dalam menjalankan tugas mengelola perusahaan dibantu oleh Direktur teknik dan Direktur komersil dan masing-masing direktur dibantu oleh para kepala divisi sebagai pejabat lini sedangkan pejabat stafnya adalah seksi satuan kerja audit intern (SKAI) serta para kepala divisi dibantu para kepala seksi, yaitu:

1. Divisi Kontruksi, terdiri dari seksi kontruksi, seksi pekerjaan plate dan konstruksi, seksi pekerjaan mesin, seksi konstruksi lapangan, seksi administrasi kontruksi.
2. Divisi Operasi, terdiri dari seksi angkutan semen curah, seksi angkutan umum, seksi pemeliharaan angkutan semen curah dan umum, seksi pemeliharaan alat berat *concrete pump* dan *mixer*.
3. Divisi Produksi, terdiri dari seksi produksi *Ready Mix Concrete* Pangkep, seksi produksi *Ready Mix Concrete* Makassar, seksi tambang, seksi sipil.
4. Divisi Komersil, terdiri dari seksi penjualan semen, seksi penjualan *Ready Mix Concrete*, seksi penjualan umum, seksi logistik, seksi administrasi penjualan.
5. Divisi Keuangan dan akuntansi, terdiri dari seksi keuangan, seksi akuntansi, seksi penagihan, seksi pajak.

6. Divisi Sumber Daya Manusia dan Umum, terdiri dari seksi personalia, seksi humas dan umum, seksii keselamatan kerja daan satpam, seksi penelitian dan pengembangan.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan organisasi berikut.

Gambar 2. Struktur Organisasi



BAB V HASIL PENELITIAN

A. Biaya Promosi PT. Prima Karya Manunggal

Biaya Promosi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan proses pengiklanan atau promosi. Biaya promosi dalam laporan keuangan terletak pada Laporan Laba Rugi. Biaya promosi termasuk dalam biaya administrasi dan umum yang terdapat dalam laporan keuangan. Dimana dalam biaya administrasi dan umum terdiri dari by kerugian piutang tak tertagih, by bahan bakar & pelumas, by. Listrik,air & telepon, by tenaga kerja langsung, biaya promosi dan masih banyak yang lainnya.

Adapun biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT Prima Karya Manunggal dimulai dari Tahun 2015-2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Biaya Promosi Pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep Selama 5 (Lima) Tahun Terakhir (2015-2019)

Tahun (n)	Biaya Promosi (Rp)	Perkembangan (%)
2015	225.665.930	0
2016	718.835.973	218,53
2017	200.257.698	-72,14
2018	119.456.937	-40,34
2019	62.746.666	-47,43

Sumber : Data sekunder setelah diolah

Berdasarkan tabel 5 maka dapat disimpulkan bahwa kondisi biaya promosi perusahaan pada PT Prima Karya Manunggal mengalami Fluktuasi selama 5 (lima) tahun terakhir pada periode tahun (2015-2019).

Dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan sebesar 225.665.930 rupiah sedangkan pada Tahun 2016 biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan mengalami peningkatan sebesar 218,53% atau menjadi 718.835.973 rupiah dilihat dari meningkatnya biaya promosi yang dikeluarkan beriringan dengan meningkatnya penjualan semen pada tahun 2016. Dan jika dilihat kembali pada tahun 2017 biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan menurun sebesar 72,14 persen atau menjadi 200.257.698 rupiah namun hal ini tidak mempengaruhi penjualan semen pada tahun 2017 karena penjualan semen meningkat lebih besar dari pada penjualan semen pada tahun 2016.

Pada tahun 2018 biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan menurun kembali sebesar 40,34% atau menjadi 119.456.937 rupiah namun hal ini tidak mempengaruhi banyaknya semen yang terjual pada tahun 2018. Sangat jauh meningkat pada penjualan pada tahun 2017. Dan pada tahun 2019 biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan mengalami penurunan sebesar 47,43% atau sebesar 62.746.666 rupiah sedangkan penjualannya mengalami peningkatan dari tahun 2018.

B. Pendapatan PT. Prima Karya Manunggal

Pendapatan merupakan arus masuk bruto dari suatu manfaat ekonomi yang muncul dari aktivitas normal perusahaan dalam waktu satu periode jika arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Kartiahadi 2012: 186). Pendapatan

timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang bisa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, deviden, royalti dan sewa.

Adapaun pendapatan yang didapatkan oleh PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep, priode tahun 2015-2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Pendapatan Pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep Selama 5 (Lima) Tahun Terakhir (2015-2019)

Tahun (n)	Pendapatan	Perkembangan (%)
2015	258.091.842.992	0
2016	226.888.980.633	-12,08
2017	214.021.738.661	-5,67
2018	321.493.204.473	50,21
2019	308.884.802.312	-3,90

Pada Tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2015 pendapatan perusahaan sebesar 258.091.842.992, Kemudian pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 12,08 persen atau menjadi 226.888.980.633, pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 5,67 persen atau 214.021.738.661. sedangkan pada tahun 2018 mengalami peningkatan yang tinggi sebesar 50,21 persen atau sebesar 321.493.204.473. dan kemudian pada tahun 2019 menurun menjadi 3,92 persen atau menjadi 308.884.802.312.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep periode 2015 sampai dengan 2019 mengalami penurunan hanya pada tahun 2018 mengalami peningkatan yaitu sebesar 50,21 persen.

PT Prima Karya Manunggal adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu mendistribusikan produk semen PT. Semen Tonasa yang saat ini juga melakukan penjualan semen dari PT. Semen Tonasa. Adapun volume penjualan setiap tahunnya adalah sebagai berikut :

Tabel 7 volume penjualan Pt Prima Karya Manunggal Kabuapten Pangkep selama lima tahun (2015-2019)

Tahun	Volume Penjualan (Ton)
2015	5.810
2016	9.717
2017	11.271
2018	12.513
2019	14.480
Total	53.737

Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk yang dijual oleh perusahaan dalam hal ini adalah semen, adapaun biaya promosi yang dikeuarkan oleh perusahaan per tahun 2015-2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 8 Biaya Promosi PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep selama lima tahun (2015-2019)

Tahun	Biaya Promosi (Rp)
2015	225.665.930
2016	718.835.973
2017	200.257.698
2018	119.456.937
2019	62.746.666

Mekanisme promosi yang dilakukan oleh PT Prima Karya Manunggal kabupaten pangkep adalah dengan datang ke para kontraktor menawarkan produk yang disediakan ooleh PT Prima karya manunggal seperi ready mx, semen curah bahkan beberapa alat berat kepada penambang seperti penambang pasir.

Dan adapun target sasaran promosi PT Prima karya manunggal kabupaten pangkep adalah para kontraktor, baik itu kontraktor jalan ataupun bangunan, para toko material yang menjadi pengecer dan masih banyak lagi yang lainnya.

Adapun regulasi produksi yang mencantumkan harga jual yang dilakukan oleh PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep adalah sebagai berikut :

Tabel 9 Harga Pokok Penjualan Semen PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep

Tahun	Harga Pokok Penjualan Semen (Rp)
2015	69.996.585.295
2016	72.797.861.359
2017	716.961.323.438
2018	122.880.167.794
2019	126.703.457.846

Tabel 10 Harga pokok penjualan Ready Mix PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep

Tahun	Harga pokok penjualan Ready Mix (Rp)
2015	66.727.889.979
2016	45.845.866.394
2017	36.004.733.197
2018	89.166.041.103
2019	72.668.993.207

Tabel 11 Harga Pokok Jasa Transportasi PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep

Tahun	Harga Pokok Jasa Transportasi (Rp)
2015	20.831.641.433
2016	20.168.769.119
2017	16.687.573.724
2018	13.969.611.965
2019	12.631.836.590

Tabel 12 Harga Pokok Usaha Workshop PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep

Tahun	Harga pokok usaha Workshop (RP)
2015	42.413.216.620
2016	33.234.302.738
2017	37.387.261.264
2018	36.915.413.052
2019	36.506.447.998

Tabel 13 Harga Pokok Usaha Sipil PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep

Tahun	Harga Pokok Usaha Sipil (Rp)
2015	7.058.998.819
2016	5.413.665.346
2017	3.680.832.294
2018	8.527.210.426
2019	2.020.483.357

Tabel 14 Harga Pokok Jasa Cleaning Service PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep

Tahun	Harga Pokok Jasa Cleaning Service (Rp)
2015	890.156.112
2016	952.378.538
2017	908.205.891
2018	1.058.262.118
2019	1.062.654.560

Tabel 15 Harga Pokok Usaha Tambang PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep

Tahun	Harga Pokok Usaha Tambang (Rp)
2015	9.298.857.055
2016	5.923.481.160
2017	4.402.092.752
2018	4.882.263.066
2019	14.919.071.254

C. Regresi Linear Sederhana

untuk mengetahui pengaruh anatara biaya promosi terhadap pendapatan metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear sederhana. Berikut adalah hasil output dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS Statistic versi 24 adalah sebagai berikut :

Tabel 16. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	295.754	29.584		9.997	.002
	Biaya_Promosi	-.113	.084	-.614	-1.346	.271

a. Dependent Variable: Pendapatan

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat diketahui koefisien a = 295.754 dan b = -0,113X. Hasil perhitungan tersebut menggambarkan persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$y = a + bX$$

$$= 295.754 - 0,113X$$

Berdasarkan nilai koefisien a dan b, maka diperoleh persamaan yang terbentuk dengan Y (pendapatan) = 295.754 – 0,133 X (Biaya Promosi) artinya nilai X (Biaya Promosi) = 0 , maka pendapatan adalah 295.754 dan apabila terjadi penambahan nilai pada variabel Biaya Promosi sebesar 1%, maka pendapatan akan berkurang sebesar 0,113.

D. Koefisien Korelasi

Selanjutnya untuk mengetahui hubungan antara variabel X biaya promosi ke Variabel Y pendapatan dapat dianalisis dengan menggunakan koefisien korelasi yang datanya telah diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS statistic versi 24 seperti tabel berikut

Tabel 17. Hasil perhitungan korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614 ^a	.377	.169	43.75058627 0000

a. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi

Dari tabel 17 diatas dapat dilihat dimana R adalah koefisien korelasi yang diketahui nilainya sebesar (0.614) maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara biaya promosi (X) dengan pendapatan (Y) pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep kuat karena berada pada interval (0,60-0,799).

E. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar biaya promosi sebagai variabel (X) mempengaruhi pendapatan sebagai variabel (Y) dapat dilihat pada tabel koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 18. Hasil perhitungan koefisien determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614 ^a	.377	.169	43.75058627 0000

a. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi

Pada tabel tersebut, hasil perhitungan koefisien determinasi r diperoleh dengan nilai sebesar 0.377 atau sebesar 37,7% . Dengan demikian variabel biaya Promosi mempunyai pengaruh yang rendah terhadap pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep. Sisanya sebesar 62,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

F. Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk membuktikan apakah hipotesis diterima atau ditolak maka digunakan uji t_{hitung} dan t_{tabel} . Dimana ketika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis diterima, dan begitupun sebaliknya ketika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka hipotesis ditolak.

Untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau tidak dapat dilihat dengan tabel berikut :

Tabel 19 Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	295.754	29.584		9.997	.002
	Biaya_Promosi	-.113	.084	-.614	-1.346	.271

a. Dependent Variable: Pendapatan

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar -1.346 sedangkan untuk t_{tabel} diukur dengan taraf kebebasan = $n - k$ jadi $df = 5 - 2 = 3$ dengan nilai yang didapat pada tabel sebesar 2.353 jadi nilai $t_{hitung} = -1,346$ dan $t_{tabel} = 2.353$, artinya $-1,346 < 2,353$, ini menandakan bahwa hipotesis ditolak karena t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} . Sedangkan tingkat signifikansi $0,271 > 0,05$ ini menandakan H_0 diterima, artinya biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal.

G. Pembahasan

Dari hasil olah data yang didapatkan mengenai pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan yaitu, angka konstan dari *unstandardized coefficients* dalam hal ini nilainya sebesar 295.754. angka ini merupakan angka konstan dan dalam rumus disimbolkan (a) yang berarti bahwa sekalipun terjadi perubahan pada biaya promosi dan penurunan perolehan pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal nilai konstantanya tidak

akan mengalami perubahan. Angka koefisien regresi linear sebesar -0,113 yang disimbolkan dalam rumus (b) angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan biaya promosi sebesar 1% maka tingkat perubahan pada pendapatan mengalami penurunan sebesar 0,113. Nilai koefisien regresi bernilai negatif (-) maka diperoleh persamaan yaitu $Y = 295.754 - 0,113X$.

Sedangkan tingkat signifikansi pengaruh variabel (x) biaya promosi terhadap variabel (y) pendapatan jika $t_{hitung} < \text{nilai sig}$ maka dapat dikatakan kedua variabel memiliki pengaruh tidak signifikan, dimana dalam hal ini, $t_{hitung} = -1.346$ dan nilai signifikan 0,271 jadi dapat ditulis $-1,346 < 0,271$ yang berarti bahwa biaya promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap biaya promosi pada PT Prima Karya Manunggal . Selanjutnya untuk mengetahui hubungan antara variabel (X) biaya promosi ke Variabel (Y) pendapatan dapat dianalisis dengan menggunakan koefisien korelasi. Berdasarkan data diatas bahwa nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,614 menunjukkan bahwa terjadi koefisien korelasi yang kuat berada diantara (0,60 – 0,799) pada tabel interpretasi koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan antara variabel (x) dan variabel (y) yang kuat, jadi biaya promosi memiliki hubungan yang kuat dengan pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal.

Untuk mengetahui seberapa kuatnya biaya promosi sebagai variabel (X) mempengaruhi pendapatan sebagai variabel (Y) maka digunakan koefisien determinasi. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa koefisien

determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,377 atau 37,7% yang ditafsir bahwa variabel biaya Promosi mempunyai pengaruh yang rendah terhadap pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep. Sisanya sebesar 62,3% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dan pada uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa bahwa t_{hitung} sebesar -1.346 sedangkan untuk t_{tabel} diukur dengan taraf kebebasan = $n - k$ jadi $df = 5 - 2 = 3$ dengan nilai yang didapat pada tabel sebesar 2.353 jadi nilai $t_{hitung} = -1.346$ dan $t_{tabel} = 2.353$, artinya $-1.346 < 2.353$, ini menandakan bahwa hipotesis ditolak karena t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} . Sedangkan tingkat signifikansi $0,271 > 0,05$ ini menandakan H_0 diterima, artinya biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aggy Mukhtiara Putra (2015) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap pendapatan pada Taman Wisata Tirta Sanita Ciseang-Bogor.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian – uraian yang telah dipaparkan terhadap penelitian yang telah terkumpul kemudian diolah mengenai pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan pada PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep periode 2015-2019, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan regresi linear sederhana diketahui bahwa biaya promosi memiliki nilai koefisien negatif. Yang menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh negatif terhadap pendapatan.
2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa biaya promosi dan pendapatan memiliki hubungan yang kuat.
3. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa biaya promosi mempunyai pengaruh yang rendah terhadap pendapatan.
4. Berdasarkan dari hasil uji t hipotesis dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel X (Biaya Promosi) terhadap variabel Y (Pendapatan) pada PT Prima Karya Manunggal.

B. Saran

1. PT Prima karya manunggal adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa namun saat ini juga beroperasi dibidang penjualan semen. Maka dari itu agar produk perusahaan dapat lebih dikenal oleh masyarakat maka perusahaan harus lebih memperhatikan perihal kegiatan promosi. Dalam hal ini berdasarkan dari penelitian yang saya lakukan bahwa semakin kecil biaya yang dikeluarkan perusahaan semakin besar pendapatan yang didapatkan oleh perusahaan, maka dari itu ada baiknya untuk lebih memperkecil biaya promosi yang dikeluarkan.
2. Penelitian ini hanya mengambil data selama 5 tahun sehingga hasil penelitian ini masih belum bisa menggambarkan kondisi perusahaan dengan baik. Maka dari itu untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil data lebih dari lima tahun sehingga penelitiannya lebih sempurna.
3. Penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan perusahaan sehingga masih banyak faktor lain yang belum diketahui. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan apa yang telah diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham dan Houston. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* Buku 1. Edisi 11. Jakarta.
- Buchari Alma, 2011, *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan*. Keadambelian, Alfabeth, Bandung.
- Fandy Tjiptono, Ph.D.2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Halim, Abdul. 2010. *Akuntansi biaya* Yogyakarta : BPF
- Hartono, Hendry, dkk. 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara*. Jakarta Barat. Jurnal (Online).
- Ibrahim, M. 2017. *Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan pada Hotel Le Grandeur*. Jakarta.
- Jumadi, Erwin. 2011. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan Pembiayaan Pada PT Bank BRI Syariah*. Makassar.
- Kasmir, dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : kencana.
- Kasmir. 2013. *7 Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Cetakan ke-6. Jakarta
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers : Jakarta. Lazaridis lionnis.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Kartihadi, Hans. dkk, 2012, *Akuntansi Keuangan*, Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Amstrong. Gary, 2014. *Principles of Marketing*. 15th Edition, Person Education Limited.
- Kotler, Philip and Gary Amstrom. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler. Philip and Kevin Lane Ketler. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Lau, Peter dan Nelson, Lam. 2014. *Akuntansi Keuangan (Intermediate Financial Reporting)* Buku 1. Salemba Empat
- Lau, Peter dan Nelson, Lam. 2014. *Akuntansi Keuangan (Intermediate Financial Reporting)* Buku 1. Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Martani, Dwi. dkk. 2016. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK* (ed. 2 buku 1). Jakarta : Salemba Empat).
- Najmudin. 2011. *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern*. Yogyakarta.
- Najmudin. 2011. *Manajemen Keuangan dan Akutansi Syar'iyah Modern*. Yogyakarta : ANDI
- Nuraini, Faizun. 2016. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Penjualan PT Rimo International Lestari Tbk.
- Putra, Mukhtiara Aggy. 2015. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Pada Taman Wisata Tirta Sanita Ciseang. Bogor.
- Rahayu, Ayu Sri. 2018. Pengaruh Biaya Iklan dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Mobil avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin di Kota Makassar. Jurnal Ekonomi. Universitas Negeri Makassar.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Sugiyono.2007. *metodeololgi Penelitian* Bisnis PT. Gramedia Jakarta.
- Tambajong, Gerald. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di Pt. Sarana Niaga Megah Kerta Mando, Jurnal EMBA Volume 1 Nomor 3 september 2013, Halaman 1291-1301.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sumber Internet :

<http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-pemasaran.html>.

www.google.com.

LAMPIRAN

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	Biaya_Promosi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614 ^a	.377	.169	43.750586270000

a. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3470.134	1	3470.134	1.813	.271 ^b
	Residual	5742.341	3	1914.114		
	Total	9212.476	4			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	295.754	29.584		9.997	.002
	Biaya_Promosi	-.113	.084	-.614	-1.346	.271

a. Dependent Variable: Pendapatan

cum. prob one-tail two-tails	t_{α}	t_{α}	t_{α}	t_{α}	t_{α}	t_{α}	t_{α}	t_{α}	t_{α}	t_{α}	t_{α}
	0.50	0.25	0.20	0.15	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001	0.0005
	1.00	0.50	0.40	0.30	0.20	0.10	0.05	0.02	0.01	0.002	0.001
0											
1	0.000	1.000	1.370	1.645	1.960	2.330	2.576	3.090	3.291	3.845	4.015
2	0.000	0.975	1.061	1.385	1.690	2.052	2.305	2.924	3.177	3.745	3.919
3	0.000	0.950	0.978	1.250	1.638	2.009	2.262	2.871	3.123	3.689	3.863
4	0.000	0.941	0.941	1.190	1.603	2.012	2.276	2.847	3.098	3.655	3.829
5	0.000	0.933	0.933	1.156	1.578	2.015	2.271	2.836	3.082	3.643	3.816
6	0.000	0.928	0.928	1.134	1.560	2.018	2.267	2.826	3.077	3.633	3.805
7	0.000	0.924	0.924	1.119	1.549	2.020	2.265	2.820	3.072	3.625	3.796
8	0.000	0.920	0.920	1.108	1.542	2.021	2.264	2.816	3.069	3.621	3.792
9	0.000	0.918	0.918	1.103	1.538	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
10	0.000	0.917	0.917	1.099	1.536	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
11	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
12	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
13	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
14	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
15	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
16	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
17	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
18	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
19	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
20	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
21	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
22	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
23	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
24	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
25	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
26	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
27	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
28	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
29	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
30	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
40	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
50	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
60	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
80	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
100	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
∞	0.000	0.916	0.916	1.098	1.535	2.022	2.263	2.814	3.067	3.619	3.791
	0%	50%	60%	70%	80%	90%	95%	98%	99%	99.5%	99.9%
	Confidence Level										

RIWAYAT HIDUP



Niar Iarasati, biasanya dipanggil Niar lahir di Maros 04 Oktober 1997. Anak dari pasangan H. Aleng dan HJ. Aminah. Penulis merupakan anak ke enam dari delapan bersaudara. Penulis tinggal di Dusun Tanring Mata Desa Bonto Marannu Kec. Lau Kabupaten Maros. Penulis mulai memasuki jenjang pendidikan Taman kanak - kanak di TK Sari dan lulus pada tahun 2003. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 03 Marana dan lulus pada Tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah pertama di SMP Negeri 2 Maros Utara dan lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 3 Lau Maros dan lulus pada Tahun 2015. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muslim Maros, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Program Studi Manajemen Keuangan Strata 1 (satu) dan selesai pada Tahun 2020.