

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ketatnya persaingan pasar mendorong para pengusaha untuk mencari cara yang dianggap paling efektif dan efisien yang akan digunakan sebagai jalan agar tetap bertahan dan berkembang dalam dunia usaha. Berkembangnya dunia bisnis para pelaku usaha diharapkan mampu untuk mengikuti perkembangan pasar tersebut dan mampu bertahan dalam persaingan pasar global yang semakin ketat agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Perusahaan manufaktur dalam meningkatkan kegiatan usahanya perlu melakukan proses produksi yang memanfaatkan satu atau beberapa bahan baku utamanya untuk menghasilkan dua atau lebih jenis produk yang hampir sama tetapi dengan variasi yang berbeda. Banyak perusahaan manufaktur yang berdiri di Indonesia, salah satunya yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan pengusaha kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga dan rumahan. Dengan demikian konsumennya pun berasal dari kalangan menengah kebawah. Selain itu, peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1998 dapat dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik

dalam dorongan laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja. Perkembangan sektor UMKM di Indonesia menyiratkan bahwa terdapat potensi yang besar jika hal ini dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik tentu akan dapat mewujudkan usaha menengah yang tangguh.

Sebagai kelompok usaha yang cenderung dengan segala keterbatasan informasi maupun pemahaman yang lemah dalam pengembangan usahanya, para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), idealnya memang membutuhkan peran pemerintah dalam mengupayakan peningkatan kemampuan untuk bersaing. Pada bulan Maret 2002 pemerintah mengeluarkan paket kebijakan untuk memfokuskan pada empat hal yaitu: memberikan pelayanan dan kemudahan bagi UMKM, melakukan restruksasi UMKM, membuka akses pelayanan perbankan khusus untuk UMKM dan melakukan pembinaan sumber daya manusia.

Tingkat pendidikan, pelatihan usaha, dan pengalaman manajerial sebelumnya juga dapat mempengaruhi informasi akuntansi yang tercermin dalam catatan-catatan akuntansi. Kurangnya tingkat pendidikan atau kurangnya pelatihan pengelolaan usaha dapat mengakibatkan pelaku usaha sulit untuk memajukan usahanya dikarenakan tidak dapat mengetahui informasi keuangan secara tepat sehingga dalam pengambilan keputusan menjadi tidak efektif dan terkendali.

Pemerintah perlu memperhatikan tentang kemampuan dari sisi apa yang harus dikembangkan dari para pelaku kecil, sehingga pemerintah dapat

mengoptimalkan segala bentuk kekuatannya dalam membantu kemajuan UMKM yang dinilai mampu menjadi bagian dari pembangunan ekonomi bangsa dan negara. Disisi lain perlu adanya peran serta pemerintah untuk membantu pelaku usaha mikro kecil menengah dalam mengelola keuangan, baik pemasukan maupun pengeluarannya. Dengan demikian perusahaan dituntut bekerja lebih efisien supaya dapat tetap bertahan dalam bidangnya masing-masing. Tujuan perusahaan walaupun yang satu dengan yang lainnya belum tentu sama, tetapi pada umumnya tujuan perusahaan terutama adalah memperoleh laba yang sebesar-besarnya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.¹

Perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing, dan meminimalkan biaya-biaya untuk mencapai laba yang maksimal. Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai kinerja perusahaan. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Dalam mekanisme pasar, faktor-faktor yang paling utama mempengaruhi hasil penjualan adalah faktor produk, harga, promosi penjualan dan distribusi. Tetapi pada dasarnya masalah yang sering timbul adalah

¹ Sudarno' Ilham, "Penentuan Harga Pokok Produksi Percetakan Sablon "OTAK KANAN Production"", *Jurnal Volume 2 Nomor 2 Tahun 2013, ISSN (Online): 2337-3806*, (Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, 2013

perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan.² Hal ini dijelaskan oleh Allah SWT dalam Q.S Al-Isra ayat 26-27.

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ، وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ إِنَّ الْمُبْتَدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ صَلَّى وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ

Artinya:

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Kandungan ayat tersebut menjelaskan perintah Allah SWT kepada kaum mukmin agar berbuat baik kepada kaum dhuafa dan orang yang dalam perjalanan, selain itu dalam ayat tersebut Allah SWT juga memberikan penegasan bahwa kita dilarang menghambur-hamburkan harta secara berlebihan, Islam mengajarkan kesederhanaan, sehingga kita harus membelanjakan harta sesuai kebutuhan atau seperlunya saja dan tidak berlebihan, dalam hal ini Islam mengajarkan tentang efisiensi. Firman Allah SWT dalam ayat tersebut mencakup pengertian efisiensi dalam arti yang lebih luas yang pada dasarnya harus diterapkan disemua sector kehidupan karena secara umum, segala bentuk pemborosan dan penghambur-hamburan harta adalah perbuatan yang dilarang dalam Islam.

²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid I (Edisi yang Disempurnakan)*, (Jakarta: Lentera Abad, 2010), hal. 313

Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen mempunyai pilihan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya. Keadaan seperti ini sudah tentu dapat mempengaruhi volume penjualan produk pada suatu perusahaan dan tentu juga berpengaruh pada laba yang didapatkan oleh perusahaan bersangkutan.

Masalah persaingan antar perusahaan mengharuskan perusahaan harus terus-menerus melakukan perbaikan dalam mutu barang dan layanan serta efisiensi dalam menekan biaya produksi sehingga harga penjualan produk tetap dapat bersaing. Berikut adalah beberapa pesaing perusahaan bakpia yang ada di Tulungagung:

Tabel 1.1
Data Pesaing Bakpia di Tulungagung

No	Nama Bakpia	Alamat
1	Bakpia Mifta	Jl. Raya Kedungsoko, RT.01/RW.02, Kedungsoko, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung
2	Bakpia Almair Dewi	Jl. Trunojoyo, RT.03/RW.02, Trimulyo, Ngujang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung
3	Bakpia Shoka	Jalan Raya Kedungsoko Rt01 rw03 Kedungsoko, Kabupaten Tulungagung
4	Bakpia Ayu Lestari	Jl. Raya Popoh, RT.01/RW.02, Gamping, Campur Darat, Kabupaten Tulungagung
5	Bakpia Ar Royan	Jl. KH. Ahmad Dahlan 001/016 Desa Kec. Ngunut 66292, Pulosari, Tulungagung
6	Bakpia Vita Abadi	RT 01 RW 02 Dusun Juwaran, Desa Picisan, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung

Harga yang ditetapkan untuk produk-produk “Bakpia Eka” dapat dikatakan lebih mahal dibandingkan dengan toko lain, tetapi harga sudah

disesuaikan dengan bahan baku yang dipilih agar mendapatkan cita rasa yang berbeda juga dengan toko lain, sehingga sesuai harga konsumen mendapatkan ciri khas dari bakpia eka yaitu dengan kulit yang tipis. Pihak pengelola "Bakpia Eka" selalu menyediakan produk yang berkualitas dan bahan yang digunakan dalam adonannya juga terbukti kualitasnya. Sampai saat ini pihak pengelola selalu berusaha meningkatkan kualitasnya dimana memilih bahan baku yang baik, tanpa pengawet dan pewarna serta pengelolaannya dengan cara yang baik pula. Oleh karena itu, untuk memperoleh laba yang maksimal perusahaan manufaktur harus benar-benar memperhatikan biaya produksi, sehingga harga pokok produksi dapat ditentukan dengan tepat. Jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, maka diharapkan laba meningkat, sedangkan jika biaya produksi meningkat tetapi volume penjualan menurun dan kurangnya promosi, maka laba akan menurun.

Persoalan yang dihadapi oleh para pengusaha sekarang ini tidak hanya bagaimana usahanya untuk meningkatkan hasil produksinya, tapi yang lebih penting adalah bagaimana cara menjual barang yang diproduksi tersebut. Persaingan tersebut meliputi persaingan dalam hal penentuan harga, kualitas produk, promosi dan kegiatan distribusi yang cepat dan tepat. Persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang, dan mendapatkan laba.

Suatu perusahaan memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga relative murah dibandingkan pesaing, dan tersebar ke berbagai tempat, tetapi apabila calon pembeli tidak diberi tahu adanya produk tersebut, diingatkan

atau dibujuk untuk membelinya, maka produk tersebut tidak akan bisa laku dan segala sesuatu yang dilakukan akan sia-sia. Dalam hal ini manajemen perusahaan dituntut untuk dapat melahirkan strategi dalam mensiasati pasar dan salah satunya adalah promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan. Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan sosial media, papan nama, poster dan lain-lain yang bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan.

Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli. Dalam hal ini cara memperkenalkan produk yang dimiliki “Bakpia Eka” agar sampai kemasayarakat luas, bahkan di luar Kabupaten Tulungagung adalah dengan cara menggunakan sosial media (website, facebook, dan instagram) dan memasang banner di tempat tertentu. Selain upaya pengenalan menggunakan sosial media dan banner, upaya lain yang dilakukan adalah dengan menitipkan produknya di toko oleh-oleh.

Perusahaan selalu membangun komunikasi sebaik mungkin kepada konsumennya dan calon konsumennya melalui promosi. Perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualan untuk mendapatkan laba yang lebih besar. Promosi diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan meningkatnya penjualan, maka laba yang akan diperoleh meningkat juga. Promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya, yang di sebut dengan biaya promosi.

Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan, maka semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh perusahaan. Ibrahim berpendapat

bahwa biaya besar tidak menjamin perusahaan akan memiliki tingkatan penjualan besar, namun efisiensi biaya akan menguntungkan perusahaan dalam penetapan harga jual produk dan menciptakan kestabilan volume penjualan perusahaan.

Disamping faktor promosi faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah saluran distribusi. Saluran distribusi berperan sebagai suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen keperantara dan akhirnya sampai kepada konsumen sebagai pemakai produk yang diproduksi. Syarat lain yang tidak boleh diabaikan oleh produsen adalah tersedianya produk, agar setiap saat dibutuhkan oleh konsumen yang bersangkutan dapat diperoleh dengan mudah dan cepat. Kealpaan suatu perusahaan untuk dapat menyediakan produknya setiap saat dibutuhkan oleh konsumen, akan menimbulkan konsekuensi bahwa loyalitas konsumen terhadap merk produknya menurun, yang disebabkan karena banyaknya produk substitusi sempurna yang mempunyai kualitas dan harga yang bersaing dengan produk perusahaan yang bersangkutan. Seandainya kealpaan ini sering terjadi di suatu perusahaan, maka loyalitas konsumen terhadap merk produk tertentu pada akhirnya akan semakin menurun dan kemungkinan konsumen bisa berpindah pada merk produk yang lain.

Kejadian ini logis dan dapat di terima oleh ratio, apalagi untuk barang konsumsi yang dibutuhkan dalam waktu yang cepat, sehingga bagi konsumen lebih baik mengkonsumsi produk lain yang tersedia dari pada harus membuang-waktu mencari produk yang di cari. Adanya kenyataan yang demikian,

maka betapa pentingnya pemilihan yang tepat terhadap masalah saluran distribusi yang digunakan oleh suatu perusahaan. Sebab apabila saluran distribusi yang digunakan ternyata menghambat kelancaran arus barang maka pada akhirnya hanya akan mempengaruhi peningkatan volume penjualan produk itu sendiri.

Produk bakpia yang awalnya hanya diketahui masyarakat Tulungagung saja, sekarang sudah meluas di berbagai daerah. Pangsa pasar dari produk “Bakpia Eka” meliputi wilayah Tulungagung, Blitar, Kediri, Malang dan sekitarnya. Distribusi yang dilakukan cukup bagus, karena tidak hanya pada tempat produksi konsumen bisa mendapatkan produknya, tetapi di toko oleh-oleh kas Tulungagung konsumen juga dapat memperoleh produknya. Saluran distribusi harus dilaksanakan dengan tepat dan teratur, sehingga dapat diharapkan produk-produk yang dihasilkan dapat terjual sebanyak mungkin sehingga produknya dapat bersaing dalam pasar dengan produk pesaingnya. Jadi dalam menentukan saluran distribusi perusahaan harus mempertimbangkan masalah harga, produk juga promosi yang dilakukan. Perencanaan biaya distribusi dan biaya promosi secara cermat akan mempengaruhi laba perusahaan.

Kegiatan tersebut tidak akan terlepas dari biaya-biaya yang akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk. Pengendalian biaya merupakan salah satu faktor penting dalam efektivitas perusahaan, serta diperlukan pengendalian dan pengawasan terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, biaya produksi, biaya promosi dan biaya

distribusi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor biaya yang paling penting yang harus diperhitungkan.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian dengan judul: **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bakpia Eka di Tulungagung”**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada terkait sebagai berikut:

1. Adanya fluktuasi laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka selama periode tahun 2016-2018.
2. Adanya peningkatan signifikan pada volume penjualan UMKM Bakpia Eka yang tidak diiringi dengan peningkatan laba bersih yang signifikan selama periode tahun 2016-2018.
3. Adanya peningkatan yang signifikan pada biaya produksi yang dikeluarkan oleh UMKM Bakpia Eka yang tidak diiringi peningkatan laba perusahaan selama periode tahun 2016-2018.

4. Adanya biaya promosi dan distribusi yang cenderung bergerak lamban atau tidak mengalami perubahan yang cukup signifikan antara rentan periode tahun 2016-2018.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditemukan diatas terdapat beberapa masalah pokok dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh antara biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
2. Apakah ada pengaruh antara biaya promosi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
3. Apakah ada pengaruh antara biaya distribusi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
4. Apakah volume penjualan memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
5. Apakah volume penjualan memoderasi pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
6. Apakah volume penjualan memoderasi pengaruh biaya distribusi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?

D. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah didefinisikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh antara biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
2. Untuk menguji pengaruh antara biaya promosi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
3. Untuk menguji pengaruh antara biaya distribusi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
4. Untuk menguji volume penjualan memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
5. Untuk menguji volume penjualan memoderasi pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?
6. Untuk menguji volume penjualan memoderasi pengaruh biaya distribusi terhadap laba perusahaan pada UMKM Bakpia Eka?

E. Kegunaan Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam memperkaya wawasan mengenai biaya produksi, biaya promosi, dan biaya

distribusi untuk meningkatkan penjualan dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu laba perusahaan.

2. Praktis

a. Bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi yang dapat dimanfaatkan bagi perusahaan yang berkaitan dengan perencanaan biaya dan pendapatan dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan laba. Serta kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh dan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan promosi dan saluran distribusi untuk meningkatkan penjualan serta laba perusahaan.

b. Bagi Pemerintah

Sebagai masukan dan informasi agar dengan adanya penelitian ini pemerintah dapat membantu pelaku industri dalam mengembangkan dan memajukan usahanya sehingga dapat membantu pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

c. Bagi Peneliti dan Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu sumbangan data empiris dalam ilmu akuntansi dan menambah pengetahuan mengenai biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi untuk meningkatkan penjualan dalam pencapaian tujuan

perusahaan yaitu laba perusahaan dan dapat dijadikan informasi tambahan untuk penelitian sejenis dimasa mendatang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap laba perusahaan dengan volume penjualan sebagai variabel moderasi, dan dengan indikator sebagai berikut:

- a. Biaya Produksi, indikator yang digunakan adalah data biaya produksi pada laporan keuangan tahunan UMKM Bakpia Eka periode 2016-2018.
- b. Biaya Promosi, indikator yang digunakan adalah data biaya promosi pada laporan keuangan tahunan UMKM Bakpia Eka periode 2016-2018.
- c. Biaya Distribusi, indikator yang digunakan adalah data biaya distribusi pada laporan keuangan tahunan UMKM Bakpia Eka periode 2016-2018.
- d. Laba Perusahaan, indikator yang digunakan adalah data laba perusahaan pada laporan keuangan tahunan UMKM Bakpia Eka periode 2016-2018.
- e. Volume Penjualan, indikator yang digunakan adalah data jumlah penjualan pada laporan keuangan tahunan UMKM Bakpia Eka periode 2016-2018.

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada satu perusahaan yaitu UMKM Bakpia Eka di Tulungagung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data keuangan perbulan UMKM Bakpia Eka dimulai dari tahun 2016 sampai tahun 2018. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah Biaya Produksi (X_1), Biaya Promosi (X_2), dan Biaya Distribusi (X_3), sedangkan variabel terikat dari penelitian ini adalah Laba Perusahaan (Y), dan variabel moderasi yang memperkuat danmemperlemah hubungan langsung antara variabel bebas dan terikat adalah Volume Penjualan (X_4).

G. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Berkaitan dengan “Analisis Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi”, diperlukan penjelasan lebih lanjut. Hal ini untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan, sehingga perlu uraian terlebih dahulu tentang istilah dalam judul proposal ini sebagai berikut:

- a. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untu di jual.
- b. Biaya promosi merupakan biaya yang digunakan untuk kegiatan promosi yang dapat mendorong pembelian oleh konsumen.

- c. Biaya distribusi merupakan biaya yang terjadi guna memasarkan atau mengirimkan suatu produk.
- d. Laba perusahaan adalah selisih antara seluruh pendapatan dan beban yang terjadi dalam suatu periode akuntansi.
- e. Volume penjualan adalah jumlah penjualan yang berhasil dicapai atau ingin di capai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur. Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti.

Tabel 1.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Biaya Produksi (X1)	Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk di jual.	Biaya produksi = Biaya Bahan Baku Langsung + Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik	Rasio
Biaya Promosi (X2)	Biaya promosi merupakan biaya yang digunakan untuk kegiatan promosi yang dapat mendorong pembelian oleh konsumen.	Biaya Promosi = Biaya Periklanan + Biaya Promosi Penjualan	Rasio
Biaya Distribusi (X3)	Biaya distribusi merupakan biaya yang terjadi guna memasarkan atau mengirimkan suatu produk.	Biaya Distribusi = Biaya Perniagaan + Biaya Ongkos Angkut Lanjut	Rasio
Volume Penjualan (X4)	Volume penjualan adalah jumlah penjualan yang berhasil dicapai atau ingin di capai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu.	Volume Penjualan = Kuantitas atau Total Penjualan	Rasio

Laba Perusahaan (Y)	Laba perusahaan adalah selisih antara seluruh pendapatan dan beban yang terjadi dalam suatu periode akuntansi.	Laba Bersih = laba sebelum pajak – pajak penghasilan	Rasio
---------------------	--	--	-------

H. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan merupakan bantuan yang dapat digunakan oleh pembaca untuk mempermudah mengetahui urutan-urutan sistematis dari isi sebuah karya ilmiah tersebut. Sistematika pembahasan ini dibagi dalam tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir. Untuk lebih rincinya dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bagian Awal yang berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian Utama (Inti) yang merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab dan masing-masing bab terbagi dalam sub-sub bab.

BAB I : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari uraian latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menerangkan tentang kajian teori yang mendukung penelitian. Berisi tentang landasan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang diawali dengan *grand theory* atau landasan utama yang menjadi materi

utama dalam penelitian, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan, kerangka konseptual yang menunjukkan variabel-variabel apa saja yang akan diteliti, hipotesa sementara.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data variable dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh melalui pengamatan (apa yang terjadi dilapangan), hasil wawancara (apa yang dikatakan oleh informan), serta deskripsi informasi lainnya yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data sebagaimana diatas.

BAB V : Pembahasan

Bab ini menguraikan tentang keterkaitan antar teori yang ditemukan terhadap teori sebelumnya serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan (*grand theory*). Temuan penelitian juga dijelaskan implikasinya yang lebih luas dalam khazanah kajian yang ada.

BAB VI : Penutup

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang relevan dengan permasalahan yang telah dirumuskan di awal dengan pengajuan saran atau rekomendasi peneliti.

Bagian Akhir yang merupakan bagian akhir dalam skripsi yang memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.