

**ANALISIS KEMAMPUAN MENGHASILKAN LABA SEBAGAI UKURAN
KEBERHASILAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
PADA PT TRIDHARMA ADIGRAHA AMBON**

Steven Siaila

Dosen Fakultas Ekonomi
Universitas Pattimura

siailas@yahoo.com

Abstract: *The purpose of this study are: (1) to determine the extent to which cash can increase net profit margins; (2). to ascertain the extent of the credit sales policy can increase net profit margins. (3). to determine the extent to which the cost of goods sold can affect the net profit margin. (4). to help companies manage cash, credit sales policy, and cost of goods sold in increasing the net profit margin.*

Based on the discussion, it turns cash positive and significant impact on the company's ability to generate profits proxied by the ratio of NPM. Credit sales positive and significant impact on the ability to generate profits is proxied by the ratio of NPM. Cost of good sold significant negative effect on the ability to generate profits and this variable is the most dominant variable in influencing the ability to generate profits for PT Tridharma Adigraha. The result showed that cash, credit sales and cost of goods sold together affect the ability to generate profits on PT Tridharma Adigraha. Wisdom PT. Tridharma Adigraha run cash and credit sales also managed to increase sales volume so that it can also be said PT. Tridharma Adigraha succeeded in marketing Motorcycles Yamaha in Ambon City.

Keywords: *cash, credit sales, cost of good sold, net profit margin, profitability.*

PENDAHULUAN

Sepeda motor merupakan salah satu alternatif sarana transportasi personal yang mengalami perkembangan mencolok. Perkembangan sepeda motor ini erat kaitanya dengan munculnya kebutuhan sarana transportasi personal yang bisa menghindari kemacetan dan munculnya berbagai kemudahan untuk memperoleh sepeda motor. Munculnya ledakan permintaan sarana transportasi personal ini mendorong pabrikaan untuk melakukan pengembangan baik dari tipe sepeda motor, kecangihan mesin serta

design yang semakin *trendy* dan semakin menarik sesuai saran pengguna. Keadaan ini searah dengan apa yang dikatakan oleh Agus Henry Tanaya (2004) bahwa sepeda motor merupakan alat transportasi darat yang saat ini sangat banyak digunakan baik sebagai sarana transportasi sehari-hari maupun untuk aktivitas bisnis. Untuk itu tidaklah heran jika banyak merek sepeda motor yang beredar seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, TVS, Kaisar dan banyak merek lainnya. Setiap merek sepeda motor berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada konsumennya, baik untuk pra jual, saat transaksi, maupun purna jual. Perkembangan sebagaimana diuraikan di atas terjadi pula di Kota Ambon, dimana dari waktu ke waktu pertambahan jumlah sepeda motor amat tinggi dan cenderung mengakibatkan banyak dampak baik positif maupun negatif terhadap kehidupan bermasyarakat.

Perkembangan penjualan untuk semua merek sepeda motor yang beredar di Kota Ambon adalah sebagai berikut: penjualan sepeda motor dengan merek Yamaha terdapat pada peringkat pertama kemudian diikuti dengan Honda, Suzuki, Kawasaki, TVS, dan kaisar. Bukan itu saja dalam setahun penjualan sepeda motor bisa mencapai 12.485 unit, dimana penjualan sepeda motor yang bermerek Yamaha mencapai 6.338 unit atau 50,70% diikuti oleh Honda 4.789 unit (38%), Suzuki 1.033 unit (8%), Kawasaki 250 unit (2%) , Kaisar dan TVS sebesar 43 unit dan 32 unit atau 0,3% dan 0,2%.

Informasi yang diperoleh berdasarkan data di atas adalah bahwa sebuah keberhasilan yang dialami oleh sepeda motor merek Yamaha, sebab keberhasilan meraup lebih setengah pangsa pasar mencirikan keberhasilan aktivitas pemasaran, kendati keberhasilan memasarkan produk bukan merupakan jaminan keberhasilan perusahaan secara menyeluruh. Sebab dewasa ini setiap perusahaan dalam perjalanan usaha banyak mengalami pasang surut yang disebabkan oleh persaingan bisnis yang semakin ketat yang mendorong munculnya kebutuhan strategi yang baik agar mampu bertahan bahkan berkembang di tengah-tengah persaingan. Hal serupa pun dialami oleh produk transportasi personal yakni sepeda motor yang saat ini sangat diminati dan digunakan oleh masyarakat di Indonesia umumnya demikian pula di Kota Ambon. Bisa terjadi dalam kebijaksanaan pemasaran perusahaan berhasil meningkatkan volume penjualan, tetapi tidak disertai dengan ketatnya pengendalian biaya yang terkait aktivitas pemasaran yang pada akhirnya bisa mengakibatkan terjadinya *in-efisiensi* dan mengganggu kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

Keberhasilan kebijaksanaan pemasaran akan terdeteksi pada capaian rasio laba bersih atau *Net Profit Margin (NPM)* sebagai yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini diinterpretasikan juga sebagai pengukur kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya operasi perusahaan pada periode tertentu. Rasio ini membandingkan keuntungan bersih setelah pajak terhadap penjualan bersih (Riyanto, 1995). Semakin tinggi capaian rasio ini akan mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Apabila rasio ini rendah menunjukkan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Menurut Dwi Pastowo (2005:97) rasio *Net Profit Margin (NPM)* merupakan rasio yang mengukur rupiah laba

yang dihasilkan oleh setiap satu rupiah penjualan. Rasio ini memberi gambaran laba untuk para pemegang saham sebagai persentase dari penjualan.

Mahfoedz (1994), Asyik dan Soelistyo (2000), serta Suwarno (2004) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa NPM berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba satu tahun ke depan. Hasil penelitian Meythi, dalam Asyik dan Soelistyo (2000) menunjukkan bahwa NPM berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba satu tahun ke depan sehingga perusahaan haruslah memperhatikan aktivitas penjualannya agar NPM yang diperoleh perusahaan pun baik.

PT Tridharma Adigraha ini bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor Yamaha dengan memberikan dua jenis pelayanan penjualan yaitu penjualan secara tunai (*cash*) dan penjualan secara kredit dengan mengadakan kerjasama dengan perusahaan *leasing* atau pemberian kredit melalui PT Tridharma Adigraha seperti Adira, BAF dan Mandala Finance. Jenis-jenis motor yang diperdagangkan adalah: Jupiter Mx Cw, Jupiter Acw, Jupiter Z1, Vega ZR, Vixion, Byson, Scorpio, Xeon, Mio Soul (Soul Gt dan Soul Gt Street), Mio Gt, Mio J Cw, Mio J teen, Mio Classic, Mio Sporty, Mio Fashion. Perkembangan penjualan sepeda motor Yamaha periode tahun 2009 hingga 2013 dihitung per triwulan rata mencapai Rp.17.870.073.165,- dengan proporssi penjualan tunai sebesar 59,80% dan penjualan tunai sebesar 40,20%.

Perkembangan nilai penjualan, harga pokok penjualan dan biaya administrasi umum dan pemasaran sejak tahun 2009-2014 dihitung per tiga bulanan adalah sebagai berikut: nilai penjualan sebesar Rp.17.870.073.165,- dengan harga pokok rata-rata sebesar Rp.15.130.540.232,- atau proporsinya rata-rata 84,35% selanjuta biaya administrasi umum dan pemasaran adalah sebesar Rp. 315.347.342,- atau rata rata 1,86%. Jadi secara keseluruhan besarnya harga pokok penjualan dan biaya adminidtrasi umum dan pemasaran rata-rata proporsinya adalah sebesar 86,21% yang berarti rata proporsi labanya adalah sebesar 13,79%.

Dengan melihat perkembangan nilai penjualan, harga pokok penjualan dan biaya administrasi umum dan pemasaran sebagaimana dipaparkan di atas, diperoleh gambaran adanya laba yang diperoleh oleh PT. Tridharma Adigraha. Akan tetapi laba ini ingin di telusuri lebih dalam apakah memang sebenarnya PT. Tridharma Adigraha memiliki kemampuan menghasilkan laba yang baik atau tidak dan juga ingin ditelusuri lebih jauh variabel apa saja yang menjadi penentu bagi perusahaan dalam menghasilkan laba. Berdasarkan paparan ini maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan: (1) untuk mengetahui sampai sejauh mana penjualan tunai dapat meningkatkan *net profit margin*; (2) untuk mengetahui sampai sejauh mana kebijakan penjualan kredit dapat meningkatkan *net profit margin*. (3) untuk mengetahui sampai sejauh mana penetapan harga pokok penjualan dapat berpengaruh terhadap *net profit margin*. (4) untuk membantu perusahaan dalam mengelola penjualan tunai, kebijakan penjualan kredit, dan penetapan harga pokok penjualan dalam meningkatkan *net profit margin*.

TINJAUAN PUSTAKA

Penjualan mempunyai arti sebagai penyerahan barang dan jasa dari produsen atau pedagang kepada pihak lain yang membutuhkan/konsumen dengan nilai tukar tertentu yang sudah disepakati. Jadi penjualan merupakan hasil akhir dari proses pemasaran dimana semula barang berada pada perusahaan yang menjual melewati proses pemasaran hingga terjadi transaksi dan terciptalah hasil penjualan. Sebagaimana disebutkan oleh Basu Swasta (1988:9) penjualan merupakan proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dengan pembeli, dimana Penjualan mempunyai tiga tujuan umum, yaitu: (1). Mencapai volume penjualan tertentu.(2). Mendapatkan laba tertentu; dan (3). Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Agar suatu perusahaan dapat beroperasi dengan menguntungkan, maka harga jual barang harus lebih tinggi dari harga belinya. Harga jual yang menguntungkan harus meliputi(1). Harga pokok barang yang dijual; (2). Biaya operasi perusahaan; dan (3). Laba yang diinginkan.

Terkait dengan Biaya maka harga pokok diartikan sebagai bagian yang telah dimanfaatkan, dikonsumsi atau dikorbankan untuk memperoleh pendapatan. Jadi biaya merupakan pengorbanan *sacrifice* yang bertujuan untuk memproduksi atau memperoleh suatu komoditi. Pengorbanan yang tidak bertujuan disebut pemborosan dan bukan termasuk biaya.

Harga pokok penjualan atau HPP adalah istilah yang digunakan pada akuntansi keuangan dan pajak untuk menggambarkan biaya langsung yang timbul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. Ini termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* dan tidak termasuk periode (operasi) biaya seperti penjualan, iklan atau riset dan pengembangan.HPP muncul pada laporan laba rugi sebagai komponen utama dari biaya operasi. HPP juga disebut sebagai biaya penjualan.

Yang dimaksud dengan harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual. Ada dua manfaat dari harga pokok penjualan bagi sebuah perusahaan, yakni sebagai patokan untuk menentukan harga jual; dan unruk menentukan laba yang diinginkan perusahaan. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba, dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan diperoleh kerugian.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri (Sartono, 1998: 130). Jumlah laba bersih kerap dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai suatu persentase dari beberapa tingkat aktivitas atau investasi . Profitabilitas merupakan suatu indikasi *margin* laba suatu perusahaan dikaitkan dengan penjualan, modal rata-rata, dan ekuitas saham biasa rata-rata (Greuning, 2005:29). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 1998,132).

Terdapat beberapa cara untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan: *Gross Profit Margin (GPM)* adalah ukuran presentase dari setiap hasil penjualan sesudah perusahaan membayar harga pokok penjualan. Semakin tinggi *gross profit margin* maka semakin baik. karena hal ini menunjukkan bahwa *gross profit* relatif dibandingkan dengan penjualan begitu pula sebaliknya.

Operating Profit Margin (OPM) adalah ukuran persentase dari setiap sisa hasil penjualan sesudah semua biaya dan pengeluaran lain dikurangi selain bunga dan pajak. Rasio ini menggambarkan jumlah yang diperoleh dari masing-masing operasi perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban pemerintah berupa pembayaran pajak. Seperti halnya margin laba kotor, maka semakin tinggi rasio ini akan semakin baik pula operasi suatu perusahaan.

Net Profit Margin (NPM) adalah ukuran untuk mengukur presentasi keuntungan perusahaan setelah dikurangi semua biaya dari pengeluaran termasuk bunga dan pajak. Margin ini menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak (EAT) dengan penjualan.” (Martono dan Harjito, 2005:59). “Laba bersih dibagi dengan penjualan bersih. Rasio ini menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan.” (Darsono dan Ashari, 2004:56).

Berdasarkan uraian teoritis yang dikemukakan di atas, maka hipotesis yang digunakan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang dihadapi adalah: (1). diduga penjualan tunai berpengaruh terhadap kemampuan menghasilkan laba PT Tridharma Adigraha; (2). diduga kebijakan penjualan kredit berpengaruh kemampuan menghasilkan laba PT Tridharma Adigraha; (3). diduga harga pokok penjualan berpengaruh terhadap kemampuan menghasilkan laba PT Tridharma Adigraha; (4). diduga penjualan tunai, kebijakan penjualan kredit, dan harga pokok penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kemampuan menghasilkan laba PT Tridharma Adigraha.

METODE PENELITIAN

Penulisan ini didasarkan pada hasil penelitian yang tergolong dalam kategori penelitian eksplanatori dengan pendekatan survey dimana penelitian ini berupaya menjelaskan hubungan kausal antara variable-variabel dan pengaruhnya melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2003).

Penelitian dilakukan pada PT Tridharma Adigraha Yamaha motor yang beralamat di Jln Rijali No 19 Ambon kecamatan Sirimau kota Ambon. Teknik analisis data diskriptif kuantitatif dengan menggunakan beberapa rasio finansial terkait dengan kemampuan menghasilkan laba (*profitability ratios*) seperti *Gross Profit Margin*; *Operating Profit Margin* dan *Net Profit Margin* dan kemudian di analisis lebih lanjut dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan terlebih dulu menguji beberapa asumsi klasik diantaranya Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastik dan uji gejala Autokorelasi. Adapun model analisis regresi linier berganda yang akan menguji signifikansi parsial maupun simultan dalam penulisan ini

lebih lanjut adalah:

$$Y = a + b_{X1} + b_{X2} + b_{X3}$$

Keterangan:

Y : Profitabilitas

X₁ : Penjualan Tunai

X₂ : Penjualan Kredit

X₃ : Harga Pokok Penjualan

A : Konstanta

B : Koefisien Korelasi

HASIL

Analisis Profitabilitas

Gross profit margin

Gross Profit Margin atau margin keuntungan kotor berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual. *Gross profit margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit margin* akan menurun, begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain, rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien.

Hasil yang diperoleh sepanjang periode analisis 2009-2013 diketahui bahwa Gros Profit Margin yang dicapai berkisar antara 9,59% hingga 18,96% dengan rata-rata rasio gross profit margin sebesar 15,65%. Hasil ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan sebagai satu-satunya unsur yang dihitung dalam rasio ini menjadi prosi yang sangat dominan menimbulkan pengeluaran yakni sekitar 84,35% dan sianya adalah unsur biaya operasional, biaya administrasi umum dan biaya pemasaran. Jadi terindikasi bahwa harga pokok penjualan adalah merupakan unsur sangat dominan dalam menentukan kemampuan menghasilkan laba perusahaan.

Operating Profit Margin

Operating Profit Margin atau margin keuntungan operasi berguna untuk mengetahui keuntungan operasi murni perusahaan atas tiap barang yang dijual. *Operating profit margin* bermanfaat untuk mengetahui margin operasi murni (*core business*) perusahaan sehingga diketahui efisiensi operasi murni perusahaan .

Hasil yang diperoleh sepanjang periode analisis adalah bahwa margin operasi PT. Tridharma Adigraha selama periode tahun 2009-2013 rata-rata sebesar 15,19% dengan nilai terndah yang dicapai sebesar 9,25% dan nilai rasio operasi tertinggi sebesar 26,31%. Sebuah capaian margin operasi yang cukup bervariasi karena perbedaan yang tinggi pada nilai terendah dan tertinggi dari rasio margin operasi ini.

Net Profit Margin

Net Profit Margin atau margin keuntungan bersih berguna untuk mengetahui keuntungan operasi murni perusahaan dari setiap barang yang dijual. *Operating profit margin* sangat bermanfaat guna mengetahui margin operasi murni (*core business*) perusahaan sehingga diketahui efisiensi operasi perusahaan dengan tidak meninggalkan hasil margin laba kotor yang dicapai.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa capaian margin laba bersih rata-rata 10,58% dengan nilai terendah sebesar 7,04% dan nilai tertinggi sebesar 18,48%. Perbandingan nilai ini menunjukkan bahwa margin laba bersih perusahaan cukup fluktuatif.

Pengujian Asumsi Klasik

.Gejala multikolinearitas pada model regresi dalam penulisan ini diuji dengan menggunakan pendekatan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Bertolak dari hasil perhitungan di atas, terperlihatkan bahwa tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai tolerance di bawah 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas. Hasil yang sama juga terlihat pada nilai VIF yang menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satu variabel bebas yang nilai VIF-nya mencapai atau melewati 10. Berdasarkan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang akan digunakan dalam analisis ini tidak mengandung gejala multikolinearitas.

Pengujian gejala heteroskedastisitas pada model yang akan digunakan dilakukan dengan memanfaatkan pendekatan grafik. Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan di atas, dapat dikatakan bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan penyebaran titik-titik ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi yang diajukan dapat digunakan untuk melakukan estimasi.

Pengujian Durbin-Watson dipergunakan untuk melakukan pengujian terhadap gejala Autokorelasi tingkat pertama (*first order autocorrelation*). Berdasarkan hasil perhitungan dengan memanfaatkan bantuan perangkat computer diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,196 > dengan nilai batas atas (du) 1,411. Bila nilai DW > du maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi pada model regresi yang akan dipergunakan dalam penulisan ini sehingga model regresi yang diajukan dapat dipergunakan lebih lanjut.

Selanjutnya Uji gejala Autokorelasi kembali dideteksi dengan menggunakan Uji statistik Ljung Box, dimana hasil uji statistik Ljung Box jelas bahwa 16 ternyata semua tidak signifikan. Kriteria Uji Statistik Ljung Box bahwa ke enam belas lag tidak ada yang signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi pada model analisis dan pengujian ini konsisten dengan pengujian Durbin-Watson yang nilainya di atas dua.

Analisis Regresi

Model regresi yang telah memenuhi beberapa asumsi klasik sebagaimana telah dibahas pada bahagian sebelumnya ternyata tidak memiliki gejala penyimpangan asumsi klasik sehingga dapat digunakan untuk mengestimasi. Model yang akan digunakan dalam estimasi selanjutnya adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Hasil yang diperoleh berdasarkan cetakan perangkat computer dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.360	.472		.763
	Penj_Tunai	.250	.098	2.319	2.549
	Penj_Kredit	.270	.110	2.378	2.446
	Hrg_Pokok	-.519	.141	-4.973	-3.668

a. Dependent Variable: NPM

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan, data diolah kembali

Hasil perhitungan regresi di atas menghasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,360 + 0,250 X_1 + 0,270 X_2 - 0,519 X_3 + e$$

Angka-angka persamaan di atas memberikan informasi sebagai berikut:

- Nilai konstanta adalah 0,360 atau 36 %. Nilai ini memberikan informasi bahwa bilamana penjualan tunai, penjualan kredit dan harga pokok tidak mengalami perubahan, maka akibat hal-hal lain selain variable yang telah disebutkan di atas, maka *Net Profit Margin* (NPM) mengalami perubahan sebesar 36%.
- Nilai koefisien b1 adalah 0,250 memberikan arti bahwa bilamana terjadi perubahan kebijaksanaan penjualan tunai yang mengakibatkan penambahan penjualan sepeda motor Yamaha, akan mengakibatkan terjadi pula peningkatan NPM sebesar 25% dengan asumsi variable adalah tetap.
- Koefisien b2 memiliki nilai sebesar 0,270 atau 27% memiliki makna bahwa bilamana terjadi perubahan pada kebijaksanaan penjualan kredit yang mengakibatkan pertambahan nilai penjualan kredit akan mengakibatkan terjadinya perubahan NPM sebesar 27%
- Koefisien b3 bernilai -0,519 memiliki makna bahwa bilamana terjadi peningkatan harga pokok penjualan akan mengakibatkan menurunnya NPM sebesar 51,9%.

Uji Parsial

Pengaruh variabel penjualan tunai berdasarkan hasil perhitungan dengan memanfaatkan perangkat lunak komputer memiliki nilai probabilitas $0,021 > 0,05$. Dan nilai t_{tabel} adalah $2,0181 < 1,746$. Berdasarkan perbandingan nilai probabilitas dan nilai t di atas maka disimpulkan bahwa variabel penjualan tunai secara statistik berpengaruh signifikan terhadap NPM.

Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan kebijaksanaan penjualan tunai yang mengakibatkan peningkatan volume penjualan akan mempengaruhi NPM. Hasil hitungan ini mengindikasikan bahwa perusahaan masih berpeluang untuk mengambil kebijaksanaan penjualan tunai guna meningkatkan NPM.

Pengaruh variabel penjualan tunai teridentifikasi dari hasil perhitungan dengan membandingkan nilai probabilitas dan nilai t_{hitung} yang di hasilkan. Nilai probabilitas penjualan kredit adalah $0,027 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} nya adalah $2,446 > t_{\text{tabel}} 1,746$. Berdasarkan hasil ini disimpulkan kebijaksanaan penjualan kredit secara statistik berpengaruh signifikan dalam NPM.

Harga pokok penjualan memiliki nilai probabilitas $0,002 < 0,05$ yang berarti bahwa secara statistik harga pokok penjualan secara statistik mempengaruhi NPM.

Uji Simultan

Pengujian pengaruh simultan yang mencerminkan pengaruh variabel penjualan tunai, penjualan kredit dan harga pokok terhadap NPM sebagai penguukur keberhasilan dengan menggunakan perangkat lunak komputer diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 2
Hasil Analisis Uji Pengaruh Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.010	3	.003	5.320	.010 ^a
Residual	.010	16	.001		
Total	.020	19			

a. Predictors: (Constant), Hrg_Pokok, Penj_Tunai, Penj_Kredit

b. Dependent Variable: NPM

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan, data diolah kembali

Hasil perhitungan yang tertera pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probability dari uji ini adalah $0,01 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel penjualan tunai, penjualan kredit dan harga pokok penjualan berpengaruh signifikan terhadap NPM.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah pengujian untuk mengetahui kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil perhitungan atas hasil penelitian disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 3
Hasil Analisis Uji Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 ^a	.499	.406	.02504	2.196

a. Predictors: (Constant), Hrg_Pokok, Penj_Tunai, Penj_Kredit

b. Dependent Variable: NPM

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan, data diolah kembali

Koefisien determinasi yang dideteksi berdasarkan nilai R^2 diperoleh nilai 49,9% yang berarti variasi nilai NPM dapat dijelaskan oleh penjualan tunai, penjualan kredit dan harga pokok penjualan dan hanya 51,1% porsi variasi NPM yang tidak bisa dijelaskan oleh 3 variabel analisis.

PEMBAHASAN

Pengaruh Penjualan Tunai Terhadap Kemampuan Menghasilkan Laba

Berdasarkan hasil pengujian statistik ditemukan bahwa nilai t_{hitung} untuk penjualan tunai sebesar 2,549 dan nilai koefisien regresi sebesar 2,319 pada taraf signifikansi 0,021. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa penjualan tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM dengan demikian hipotesis satu diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa penjualan tunai mempengaruhi kemampuan menghasilkan laba secara signifikan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penjualan tunai yang ada di PT Tridharma Adigraha dikatakan baik dan setiap peningkatan penjualan tunai akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menghasilkan laba perusahaan. Dengan adanya penjualan tunai maka perusahaan akan mendapat *fresh money*, sehingga modal dapat berputar dengan baik dan perusahaan dapat memenuhi kewajiban lancarnya. Penjualan tunai yang dilakukan perusahaan mencakup pula penjualan di luar kota Ambon tetapi juga dengan mengadakan kerjasama dengan dealer-dealer motor kecil lainnya seperti yang ada di kota Ambon, Masohi, dan di SBT. Dimana perusahaan menyediakan sepeda motor untuk dealer-dealer tersebut dan biasanya perusahaan memberikan potongan harga kepada dealer-dealer ini sebesar Rp 250.000 – Rp 300.000/unit dan dealer-dealer ini akan membayar tunai kepada perusahaan.

Pengaruh Penjualan Kredit Terhadap Kemampuan Menghasilkan Laba

Berdasarkan hasil pengujian statistik ditemukan bahwa nilai t_{hitung} untuk penjualan kredit sebesar 2,446 dan nilai koefisien regresi sebesar 2,378 pada taraf signifikansi 0,026. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa penjualan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menghasilkan laba.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai bahwa kebijakan penjualan kredit memberikan kontribusi keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan penjualan

tunai. Pernyataan ini didukung dengan adanya hasil perhitungan terhadap tingkat keuntungan perusahaan yaitu terlihat laba usaha yang dihasilkan oleh penjualan kredit masih lebih tinggi dari laba yang dihasilkan penjualan tunai. Dengan adanya penjualan kredit maka akan menaikkan volume penjualan sehingga pendapatan perusahaan pun akan meningkat. Penjualan kredit yang ada di PT Tridharma Adigraha dilakukan dengan cara mengadakan kerjasama dengan perusahaan *leasing* dimana pencairan dana dari perusahaan *leasing* biasanya antara 5 – 7 hari dari tanggal PO bukan itu saja perusahaan juga akan mendapat *fee* dari setiap transaksi. Besarnya *fee* tergantung dari kesepakatan dengan perusahaan *leasing* biasanya sekisaran Rp 750.000 – Rp 1.100.000 / unit motor. Dengan adanya kerjasama dengan perusahaan *leasing* maka perusahaan akan terhindar dari yang namanya piutang tak tertagih. Sehingga perusahaan akan mendapat uang dengan jangka waktu yang singkat dan akan membantu perusahaan dalam perputaran modalnya. Hal ini sangat menguntungkan perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Untuk itu perusahaan harus memberikan perhatian yang khusus kepada kebijakan penjualan kredit dan memilih perusahaan *leasing* yang tepat untuk membiayai.

Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Kemampuan Menghasilkan Laba

Berdasarkan hasil pengujian statistik ditemukan bahwa nilai t_{hitung} untuk harga pokok penjualan sebesar -3,668 dan nilai koefisien regresi sebesar -4,973 pada taraf signifikansi 0,002. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa harga pokok penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kemampuan menghasilkan laba.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan merupakan unsur yang penting di dalam perusahaan karena setiap kenaikan harga pokok penjualan akan menurunkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh perusahaan begitu juga sebaliknya penurunan harga pokok penjualan akan menaikkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Di dalam penulisan harga pokok penjualan merupakan variabel yang sangat dominan, dikatakan demikian karena unsur dalam harga pokok ini adalah semua pengorbanan untuk mendatangkan sepeda motor hingga siap untuk dipasarkan. Untuk mendapatkan unit sepeda motor pihak perusahaan harus berhati-hati dalam membangun kerjasama sehingga tidak mengakibatkan pemborosan. Selain itu perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan dana karena dalam realitasnya, PT Tridharma Adigraha mengambil unit sepeda motor langsung dari pabriknya dengan proses pembayaran diantara 7 – 14 hari dari tanggal IKB atau pengiriman barang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, berdasarkan pembahasan, ternyata penjualan tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menghasilkan laba perusahaan yang diproksi dengan besaran Rasio NPM. *Kedua*, penjualan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menghasilkan

laba yang diproksi dengan besaran Rasio NPM. *Ketiga*, harga Pokok berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kemampuan menghasilkan laba dan variable ini merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kemampuan menghasilkan laba bagi PT Tridharma Adigraha. *Keempat*, hasil penelitian diperoleh bahwa penjualan tunai, penjualan kredit dan harga pokok penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kemampuan menghasilkan laba pada PT Tridharma Adigraha. *Kelima*, kebijaksanaan PT. Tridharma Adigraha menjalankan penjualan tunai dan juga penjualan kredit berhasil menaikkan volume penjualan sehingga dapat dikatakan pula PT. Tridharma Adigraha berhasil dalam memasarkan Sepeda Motor Yamaha di Kota Ambon.

Dalam kaitan dengan simpulan di atas, mak: *pertama*, penetapan kebijakan penjualan tunai dan penjualan kredit harus mendapat perhatian khusus bagi PT Tridharma Adigrahmelalui peningkatan kerjasama dengan dealer-dealer kecil lainnya yang ada di daerah-daerah selain yang ada di kota Ambon. *Kedua*, harga pokok adalah variabel dominan dalam analisis ini sehingga PT Tridharma Adigraha harus memperhatikan proses mulai dari pemesanan sepeda motor, penanganan pengiriman hingga sepeda motor tiba di gudang perusahaan. Dikatakan demikian karena proporsi harga pokok penjualan ini adalah porsi terbesar dalam komposisi laporan rugi/laba perusahaan; sehingga kekeliruan penanganan pengadaan sepeda motor akan langsung berpengaruh buruk bagi kemampuan menghasilkan laba pada PT Tridharma Adigraha.

DAFTAR PUSTAKA

- Rescyana Putri Hutami. 2012. *Jurnal Pengaruh Dividen Per Share, Return On Equity dan Net Profit Margin terhadap Harga Saham Perusahaan Industry Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia*. Jogjakarta.
- Munawir, S. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Ketiga. LIBERTY. Yogyakarta
- Martono dan Agus Harjito, 2005, *Manajemen Keuangan*, Penerbit BPFE – UGM, Yogyakarta
- Riyanto, Bambang, 1995, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi 4, BPFE, Yogyakarta
- Darsono dan Ashari. 2004. *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*. ANDI Yogyakarta. Yogyakarta
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2004. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Keempat, Cetakan Pertama. BPFE – Yogyakarta.
- Sartono, Agus. 1998. *Manajemen Keuangan, Teori Dan Aplikasi*, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga, Yogyakarta
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung

- Suad Husnan, 1988. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan*. Yogyakarta: BPFE
- Tanaya, A.H, 2004, *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor China Merek Sanex di Bali*, Tesis tidak dipublikasikan, Program Pascasarjana Universitas Udayana, Bali
- Asyik, N.F., dan Soelistyo. 2000. *Kemampuan Rasio Keuangan dalam Memprediksi Laba*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia,
- Meythi. 2005. *Rasio Keuangan yang paling baik Untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba: Suatu studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis,