BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Tentang McDonald's

4.1.1.1 Sejarah McDonald's Internasional

McDonald's *Corporation* pertama kali didirikan pada tahun 1955, yaitu pada saat ray A. Kroc membuka restoran McDonald's telah menjalankan usahanya dengan memiliki sekitar 27.000 rumah makan di lebih dari 119 negara di seluruh dunia. Tidak diragukan lagi kalau hal ini yang menjalankan McDonald's sebagai organisasi yang bergerak dibidang makanan terbesar di dunia. McDonald's melayani lebih dari 43 juta orang setiap hari atau sekitar 30.000 pelanggan setiap menitnya.

Ray A. Kroc adalah penjual alat Multi-Mixers yang dapat membuat milkshake dalam waktu yang bersamaan. Ia menerima pesanan 8 unit alat tersebut hanya dari sebuah outlet *take away* di california. Ray merasa heran atas hal tersebut, dimana pelanggan membeli sampai 40 milkshake pada waktu yang bersamaan dari sebuah outlet Hamburglar, sehingga ia memutuskan untuk pergi ke California untuk mengetahui lebih lanjut.

Di California, ia merasa terkesan pada cara kerja McDonald's bersaudara. Menu makanannya sangat terbatas, sederhana dan murah, namun Hamburglarnya setiap bermutu baik, kentang yang masih segar, serta shake yang mereka miliki lebih kental daripada milkshake yang biasa dijual.

Akhirnya Ray A.kroc meminta izin kepada McDonald's bersaudara untuk membuka restoran dengan nama McDonald's dan berjanji akan memberikan 1 persen dari hasil penjualan kotor, sebagai pengganti dari penggunaan nama dan ide. McDonald's bersaudara menyetujui rencana tersebut, Ray akhirnya membuka rumah makan pertamanya di Des plaines, Illnois yakni di sebelah utara kota Chicago. Ia mulai mengembangkan usahanya dengan memberikan hak *franchise* kepada pengusaha-pengusaha di daerah setempat. Masing-masing komit untuk selalu memakai prinsip-prinsip yang sama yang telah mebuat Mcdonald's pertama berhasil.

Hingga tahun 1960, ray telah membuka 200 buah restoran di seluruh Amerika Serikat. Pada tahun 1961, ia membeli saham perusahaan dari Mcdonald's bersaudara dengan harga hampir 3 juta dollar Amerika, dan pada tahun 1965 McDonald's memasuki bursa saham dan kemudian menjadi McDonald's *corporation.*

Sampai saat ini, Mcdonald's telah menjalankan usahanya dengan memiliki sekitar 27.000 rumah makan di lebih dari 119 negara seluruh dunia. Perusahaan yang merupakan salah satu dari 100 perusahaan terbesar di Amerika Serikat ini tercatat dalam Bursa efek New York (*New York Stock Exchange*) dan memiliki nilai penjualan di seluruh dunia mencapai lebih dari US$25 milyar serta termasuk dalam indeks Down Jones. Di Australia, McDonald's telah memiliki lebih dari 500 rumah makan dengan mempekerjakan sekitar 50.000 orang. Semua ini berkat falsafah QSC & V, yaitu kualitas, pelayanan, kebersihan dan nilai lebih yang

diberikan kepada pelanggannya serta sistem *franchising* McDonald's yang berjalan lebih daripada sistem lainnya.

Kurang dari 75% dari usaha restoran McDonald's di Australia, serta lebih dari 84% restoran McDonald's di Amerika dimiliki dan dioperasikan oleh para *francshisee.*

4.1.1.2 Sejarah McDonald's Indonesia

McDonald's hadir di Indonesia pada tahun 1991 dan merupakan negara 70 dari McDonald's seluruh dunia. H. Bambang N.Rachmadi, M.Sc., MBA adalah warga negara Indonesia pertama yang berhasil mendapatkan hak master *franchise* dari McDonald's *Corporation* dengan mengalahkan 13.000 pesaing. Kunci keberhasilan beliau pada saat itu adalah keseriusan dalam berusaha di samping juga kekuatan modal 4 milyar Rupiah. Sampai sekarang beliau bertindak sebagai Presiden Direktur McDonald's indonesia.

Program *franchising* yang dijalankan McDonald's Indonesia sejalan dengan program pemerintah Indonesia akan pemerataan dan pengembangan pengusaha yang tangguh dan teruji (Undang-Undang pemerintahan Nomor 9 Thaun 1995 tentang Usaha kecil Pasal 27 yang menyebutkan bahwa "*Franchise* (warabala) merupakan salah satu pola kemitraan dalam membina pengusaha kecil".

Sebelum membuka restorannya yang pertama di sarinah Thamrin-Jakarta. H. Bambang N.Rachmadi, M.Sc., MBA diwajibkan untuk mengikuti *training* selama 1 tahun di Australia, Malaysia, Amerika Serikat dan Singapura. Dalam

masa pelatihan atau *training* tersebut beliau melakukan semua pekrjaan yang ada di restoran McDonald's dari yang paling sederhana, termasuk membersihkan toilet sampai ke tingkat manajerial. Kemudian menerapkan semuanya pada restoran McDonald's yang ada di seluruh Indonesia.

Tepat pada tanggal 22 Februari 1991, McDonald's di sarinah Thamrin-Jakarta beroperasi, dengan mempekerjakan 460 crew dan 26 manager. Perkembangan McDonald's dalam 11 tahun ini dinilai sangat cepat. Sampai dengan Desember 2001 restoran McDonald's Indonesia telah berjumlah 82 restoran dengan jumlah karyawan seluruhnya mencapai 8.000 orang yang sebagian besar lulusan SLTA.

McDonald's Indonesia kini telah tersebar di 18 kota dan 11 provinsi di seluruh Indonesia. Tahun 2002 ini, di saat kegiatan ekonomi belum pulih sepenuhnya, Mcdonald's menambahkan lagi kurang dari 600 orang telah mencapai posisi asisten dan manager, yang semuanya merintis karier di tingkat pelayan (*crew*) karyawan McDonald's berasal dari daerah sekitar dimana ada restoran Mcdonald's.

Usaha McDonald's melibatkan lebih dari 11.000 orang dengan lebih dari dana Rp 600 milyar berputar dari lingkungan bisnis lokal yang terlibat dalam usaha ini.

Perkembangan ini dilanjutkan dengan dibukanya sistem *franchising* McDonald's kepada pengusaha muda putra daerah pada tahun 1996 agar McDonald's lebih banyak dimiliki oleh warga Negara Indonesia.

4.1.1.3 Filosofi mcDonald's Indonesia

Akar dari kesuksesan McDonald's adalah pada filosofi yang dijalankan secara terus menerus dan sistem operasionalnya. Mcdonald's selalu berpegang teguh pada filosofinya, yaitu :

1. Komitmen yang penuh dari *franchising* (pemilik), yaitu mengelola bisnis secara penuh.
2. QSC & V, yaitu :

   "Q" *Quality* (mutu), yang berarti kualitas dimana dunia Internasional telah mengakui reputasi McDonald's dalam hal mutu. Dengan harga yang cukup terjangkau, mampu menyediakan makanan dengan standar mutu yang tinggi. McDonald's memegang prinsip "*If it's not right, don't serve it,* yang artinya makanan yang tidak memenuhi standar prosedur perusahaan, jangan disajikan kepada pelanggan. Salah satu kunci untuk mendapat mutu yang baik adalah dengan menangani makanan secara hati-hati. Prinsip ini dikenal dengan "*Tender Loving Care"* (TLC= Peganglah dengan hati-hati), jangan menangani makan dengan kasar atau menjatuhkannya.

   "S" *Service* (pelayanan), yang berarti pelayanan kepada pelanggan harus cepat dan ramah. McDonald's bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang dikenal dengan istilah 100% *total customer satisfaction.* Mutu dan kebersihan akan menjadi tidak berarti tanpa pelayanan yang cepat dan ramah. Senyum dan kecepatan pelayanan sangat berarti dan berharga untuk membuat pada tamu datang kembali. Keramahan akan mudah dilakukan bila kita memahami prinsip pelayanan

yaitu, layanilah setiap tamu seperti anda ingin dilayani. Prinsip ini dikenal dengan istilah "*Golden Rule".*

"C" *Cleanliness* (kebersihan), yaitu kebersihan seperti magnet yang akan selalu menarik pelanggan untuk datang ke Mcdonald's hanya dengan usaha yang terbaik maka kebersihan akan tercipta.

"V" *Value* (nilai lebih), yaitu tempat uang bersih dan suasana yang menyenangkan dengan mutu makanan yang tinggi dengan harga yang cukup terjangkau untuk setiap orang dan keluarga.

Kemampuan untuk mempertahankan standar yang tinggi dari keempat filosofi ini juga merupakan hal utama yang selalu dituntut dari setiap *franchisee.* Filosofi QSC & V merupakan pedoman pokok yang selalu dipegang teguh oleh restoran Mcdonald's di seluruh dunia dan hal ini pula yang membuat restoran Mcdonald's mampu bertahan dan terus berkembang sampai dengan saat ini.

4.1.1.4 Sekilas tentang mcDonald's di Bandung

Store McDonald's terbesar di berbagai negara di kota-kota besar hampir diseluruh penjuru dunia, termasuk di Bandung, Indonesia. Ada 10 store McDonald's yang berada di Bandung yaitu : McD Kopo Mas, McD Simpang Dago, McD Gatot Subroto, McD Setiabudi, McD Cihampelas, McD Griya Buah Batu, McD Pasir Kaliki, McD Istana Plaza Foodcourt, McD King Plaza dan McD Bandung Indah Plaza yang akan launching awal bulan Maret 2011.

Salah satunya untuk McDonald's Griya Buah Batu, pada tahun 1996 dipercaya oleh McDonald's Indonesia untuk membuka cabangnya yang ke 59 berdasarkan Sertifikat Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) No. 00160000630499 yang dikeluarkan pada tanggal 8 April 2009 dan berakhir pada tanggal 7 April 2011, begitu selanjutnya akan diuji coba kembali setiap 2 tahun sekali agar tetap terjaga kualitasnya.

Jumlah pengunjung di store McD bervariatif, hal ini disesuaikan tergantung dengan lokasi dimana berada. Seperti McD dikawasan Bandung Indah Plaza yang banyak dikunjungi oleh anak muda. Lain halnya dengan McD Griya Buah Batu, store ini kebanyakan dikunjungi oleh keluarga dan anak-anak. Sementara McD di Dago banyak dikunjungi oleh para mahasiswa yang berjiwa muda, pekerja dan karyawan kantoran.

4.1.2 Visi dan Misi

1. **Visi**

   Menjadi restoran cepat saji yang terbaik di dunia, secara konsisten memuaskan customer kita lebih baik dari yang lainnya, setiap hari, disetiap restoran, disetiap transaksi.

2. **Misi**

   "*One Step a Head",* yang artinya bahwa McDonald's merupakan restoran yang selangkah lebih maju dibandingkan dengan restoran *fastfood* lainnya.

4.1.3 Kegiatan perusahaan

McDonald's Indonesia kini telah tersebar di 18 kota dan 11 propinsi di seluruh indonesia. Dengan jumlah tenaga kerja seluruhnya yang mencapai 8.000 orang, dan rata-rata masa kerja lebih dari 5 tahun, sehingga dalam melakukan aktifitas kerjanya sudah cakap, terampil serta mendapat dukungan dari pengguna teknologi yang mampu memberikan nilai tambahan untuk setiap proses prosuksi. Sistem komputerisasi dipergunakan untuk absensi karyawan yang disebut dengan *Mcpay*, sebagai langkah efisien untuk memonitor jam kerja produktif karyawan yang dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam pertemuan bulanan manager.

Jam kerja McDonald's adalah sistem kerja per *shift,* masing-masing *shift* bekerja selama 7 sampai 9 jam kerja. *Shift* kerja yang paling pagi adalah jam 7 pagi dan yang paling malam adalah 23.30 malam.

Kegiatan operasional di setiap store terbagi ke dalam tujuh bagian yang dikenal dengan istilah *"seven system",* yaitu :

1. ***Ordering System***

   Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab terhadapa segala sesuatu yang berhubungan dengan pemesanan bahan baku yang dibutuhkan oleh store tersebut, baik berupa makanan, minuman ataupun berupa barang. *Ordering* ini dilakukan 3 kali seminggu, yaitu hari senin, rabu dan jumat.

2. ***Schedulling System***

   Bagian ini bertugas untuk membuat jadwal kerja karyawan setiap harinya. Dimana harus diselesaikan dengan kebutuhan store pada hari itu, jangan sampai kekurangan atau bahkan kelebihan karyawan.

3. Training System

Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan *training*, termasuk jadwal *training,budget* yang dibutuhkan dan pemilihan para pelatihnya. Terutama apabila ada produk baru yang memerlukan pelatihan, maka bagian ini harus segera membuat jadwal pelatihan bagi karyawannya.

4. Payroll system

Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab untuk menghitung besarnya gaji yang harus diterima oleh karyawan (*crew*) per dua minggu, diharapkan jangan sampai ada kekeliruan dalam menghitungnya.

5. Crew walfare System

Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab terhadap kesejahteraan para karyawannya. Jangan sampai karyawan berfikir bahwa perusahaan hanya menginginkan tenaganya saja, tenpa memperhatikan kesejahteraan karyawannya.

6. Maintenance and Repair System (M&R)

Bagian ini berugas dan bertanggung jawab terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan peralatan (*equipment*) yang ada di dalam restoran. Apabila ada kerusakan atau masalah dengan peralatan tersebut, harus tahu bagaimana mengatasinya.

7. Local Store marketing System (LSM)

Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab terhadap pemasaran produk-produk yang ada di restoran. Membuat program-program yang dapat

menarik pelanggan untuk datang ke restoran McDonald's tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Pada akhirnya, tujuan utama dari keseluruhan bagian tersebut adalah menjual produk dan jasa yang bermutu dan berkualitas tinggi, yang diharapkan dapat meningkatkan sales penjualan.

Produk yang dihasilkan oleh McDonald's adalah makanan dan minuman (*Food and Beverage*). Menu utama yang disajikan adalah *burger*. Namun disamping itu, McDonald's juga menyediakan menu-menu makanan lainnya berupa *Wester Food* dan juga *Asian Food*. Produk-produk yang ditawarkan McDonald's diantaranya adalah berbagai macam menu burger sebagai menu utama, *fried chicken, french fries, spaghetii, nugget, soup,ice cream sundae* dan *mcflurry, ice cone, soft drink, orange juice, lemon tea* dan lain-lain.

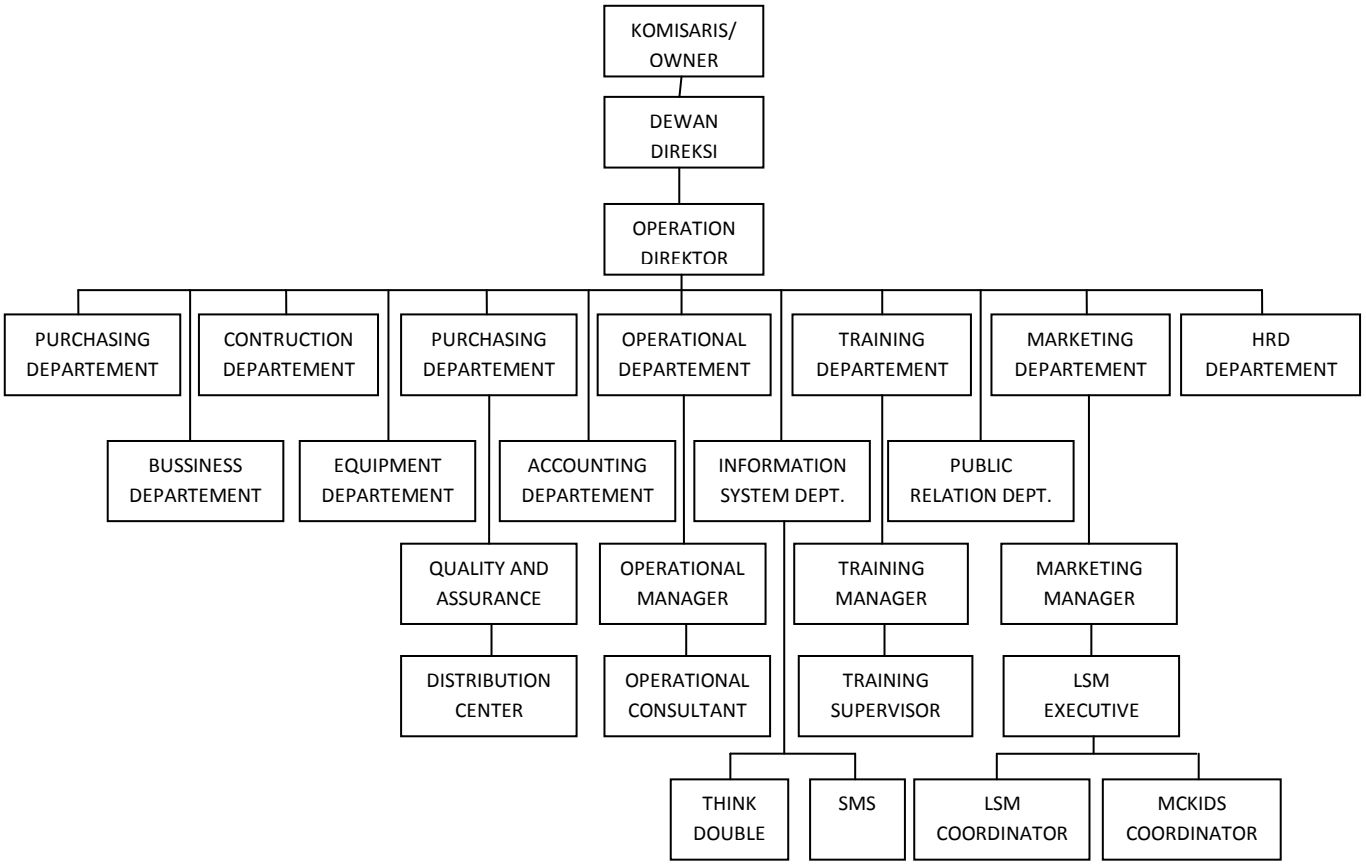
Terkadang McDonald's juga membuat menu yang bersifat sementara (*temporary*) dan tidak berlangsung lama, hanya pada kurun waktu tertentu saja, seperti burger nasi (*McRice*), *Beef Prosperity* (Burger keberuntungan), Gourmet Salsa, *Fries shaker* dan lain-lain. Ini dimaksudkan agar pelanggan tidak merasa bosan dengan menu yang ada pada McDonald's, hingga pelanggan akan terus datang.

4.1.4 Struktur organisasi

Pada dasarnya organisasi merupakan tata hubungan antara orang-orang yang saling bekerja dan memungkinkan akan membuat tujuan bersama/perusahaan dengan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab.

Rangkaian yang menggambarkan saluran wewenang tanggung jawab dalam suatu perusahaan disebut sebagai struktur organisasi.

Struktur organisasi merupakan bentuk organisasi yang dirancang dengan memperhatikan akibat dari pengaruh keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi organisasi tersebut secara bersamaan. Struktur organisasi dapat menggambarkan batas-batas wewenang dari masing-masing tingkat jabatan, sehingga dapat dipastikan wewenang dari suatu jabatan dan untuk menghindari adanya kekacauan mengenai tugas-tugas yang harus dilaksanakan. Perusahaan dapat menggambarkan bagian dari struktur organisasi yang merupakan petunjuk bagaimana hubungan antara bagian yang satu dengan yang lainnya. Struktur organisasi ini sangat diperlukan oleh setiap organisasi/perusahaan, karena merupakan suatu alat untuk merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan yang telah ditetapkan.



Gambar 4.1

Struktur Organisasi McDonald's Secara Umum

Sumber : McDonald's Griya Buah Batu bandung

4.1.5 *Job Description*

Pada restoran McDonald's terdapat dua struktur, yaitu Struktur organisasi Pekerjaan Secara Umum (*General Structure Organization*) dan Struktur dari outlet McDonald's (*Store Structure*).

A. *Company General Structure Organization*

Secara umum struktur organisasi dimulai dari Dewan komisaris, sebagai pemegang *franchising* McDonald's Indonesia, yang dipegang oleh Bapak Soekowati Sosrojoyo. Selanjutnya untuk melaksanakan tugas sehari-harinya, ia dibantu oleh :

a) Dewan Direksi

Bertugas untuk mengawasi pelaksanaan kegiatan organisasi perusahaan, serta menentukan tugas pelaksanaan umum perusahaan. Dewan direksi ini dibantu oleh *Operation director* (OD).

b) *Operation Direction*

Bertugas untuk menerima laporan keuangan dari setiap *patch* (gabungan store di satu wilayah, minimal 4 store) yang disampaikan oleh *Operation Manager*.

Operation director membawahi 12 departemen, yaitu :

1. *Franchising Departement*

Bertugas dan bertanggung jawab mengenai masalah *franchising* McDonald's Indonesia. Menjelaskan tentang pembagian bagaimana prosedur hak lisensi pengusaha-pengusaha yang ingin turut menanam sahamnya pada McDonald's Indonesia.

2. *Business Development Departement*

Bertugas untuk mencari lahan-lahan baru yang kiranya strategis dan menguntungkan apabila akan dibangun sebuah store baru.

3. *Contruction Depertement*

Bertugas untuk membuat desain/rancangan bangunan store baru, agar terlihat menarik dan sesuai dengan zaman, tetapi harus memiliki ciri khas McDonald's.

4. *Equipment Departement*

Bertugas dan bertanggung jawab terhadap pengadaan peralatan-peralatan, mesin-mesin yang dibutuhkan suatu store.

5. *Purchasing Departement*

Brtugas untuk mencari *suplier-suplier* yang dapt bekerja sama dengan McDonald's. *Purchasing Departement* ini membawahi dua bagian, yaitu :

1) *Quality & Assurance*

   Bertanggung jawab terhadap kualitas barang-barang dari *supplier.*

2) *Distribution Center*

   Bertugas untuk menditribusikan barang-barang tersebut ke setiap store yang ada di Indonesia, sesuai dengan jenis barang dan jumlah yang telah dipesan sebelumnnya.

6. *Operational Departement*

Bertugas dan bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan operasional perusahaan agar selalu berjalan dengan lancar dan dapat mencapai tujuan perusahaan. *Operational Departement* dipimpin oleh seseorang *Opeational Manager* , yang dalam pekerjaannya dibantu oleh seorang *Operational Consultant.*

1) *Operational manager (OM)*

   Bertanggung jawab melaksanakan semua perencanaan, strategi dan kebijakan yang dibuat oleh *Operation Director.*

2) *Operation Consultant*

   Bertanggung jawab untuk melaksanakan kebijakan, program serta strategi yang didelegasikan oleh *Operation Manager.*

7. *Accounting Departement*

Departemen ini bertugas dan bertanggung jawab untuk menentukan atau merencanakan kegiatan keuangan perusahaan.

8. *Information System Departement*

Departemen ini mempunyai tugas yang berhubungan dengan sistem informasi yang ada dan dibutuhkan oleh perusahaan. Untuk memperoleh sistem informasi dari setiap store, maka digunakan *Store Maintenance System (SMS)* dan *Think Double.* Kedua sitem tersebut dipergunakan untuk mempermudah dalam memberikan dan menerima segala bentuk informasi yang menyangkut sebuah store, peralatan, pemasaran, dan sebagainya..

9. *Training Departement*

Bertugas menangani segala macam hal yang berhubungan dengan *training.* Departemen ini dipimpin oleh seorang *Training Manager,* yang dibantu oleh *Training Supervisor.*

10. *Public Relation Departement*

Departemen ini bertugas dan bertanggung jawab terhadap hubungan McDonald's dengan masyarakat yang berada di sekitar para pelanggan..

11. *Human Resource Development (HRD) Departement*

Fungsi dari departemen ini adalah menangani hal-hala yang menyangkut masalah sistem sumber daya manusianya

12. *Marketing Departement*

Departemen ini berfungsi untuk mengatur pelaksanaan pemasaran, perencanaan pelaksanaan promosi untuk membantu meningkatkan angka penjualan. Departemen ini dipegang oleh :

1) *Marketing Manager*

   Bertanggung jawab terhadap program-program pemasaran setiap store secara umum/nasional.

2) *Local Store Marketing Executive*

   Bertanggung jawab terhadap program-program pemasaran dalam 4 sampai dengan 6 *patch,* (satu *patch* terdiri dari 4 sampai 6 store).

3) *Local Store Marketing Coordinator*

   Bertanggung jawab memelihara hubungan baik dengan para pelanggan tetap dan selalu mencari pelanggan baru.

4) *McKids Coordinator*

   Bertanggung jawa terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan *McKids Club* (Club McDonald's untuk anak-anak usia 4 sampai 12 tahun)

4.1.6 Logo

1. Ronald McDonald's

Sejarah terciptanya Logo "*The golden arch*" berawal dari upaya-upaya membangun restoran McDonald's di Phonix, Arizona (1952), milik dari pemegang lisensi pertama : Neil Fox, dimana berdasarkan bentuk unik dari Ronald McDonald's tidak pernah bersedih, ia selalu optimis dan menganggap bahwa tidak ada satupu masalah yang tidak dapat dipecahkan. Ronald McDonald's bukan seorang salesman yang menjajakan produk McDonald's. Tujuan utama Ronald adalah menjadi *representatif* dari kegembiraan dan keceriaan di McDonald's.



Gambar 4.2
Ronalds McDonald's

Sumber : STAR Development Program McDonald's hal:6

2. Hamburglar

Hambuglar adalah tokoh yang paling jenaka dan nakal dari semua karakter di McDonaldland. Kesukaan utamanya adalah menyantap hamburger di

McDonald's. Ia juga sering menggoda teman-temannya, tetapi tidak ada satupun dari teman-temannya yang pernah marah padanya, karena justru tingkah lakunya tersebut menambah keceriaan dan canda tawa di McDonaldland. Hambuglar sendiri tidak bisa tahan untuk menggoda teman-temannya apalagi untuk menikmati hamburger.

Hambuglar selalu berlari dan sangat lihai jika akan menyambar hamburger kesukaannya. Hambuglar jarang bicara, kecuali bersuara seperti : " *Robble-robble-hambuglar-robble-robble".*



Gambar 4.3
Hambuglar

Sumber : STAR Development Program McDonald's hal:7

3. Birdie

Birdie merupakan symbol dari " Sarapan pagi di McDonald's", karena Birdie adalah burung pagi yang setiap hari menyambut datangnya matahari pagi. Ia selalu bersemangat dan ingin berpetualang. Karena itu Ronald dan teman-temannya yang lain sangat mencintai Birdie. Birdie selalu

mengingatkan teman-temannya untuk senantiasa memulai kegiatan setiap harinya dengan sarapan pagi terlebih dahulu.

Birdie adalah burung yang pandai terbang, namun ia selalu tidak bisa mendarat dengan tepat dan mulus. Karena itulah ia sangat lucu. Ia selalu bersuara seperti :" *Whoopsy daisy"* atau *"Yessirree...."*.



Gambar 4.4
Birdie

Sumber : STAR Development Program McDonald's hal:8

4. Grimace

Grimace adalah makhluk lucu yang menggemaskan dan berwarna ungu. Ia merupakan symbol Mcdonald's *Milk Shakes.* Grimace sangat suka menyantap *Milk Shakes,* juga *cone* dan *sundae.*

Grimace adalah teman Ronald yang baik hati dan penuh kasinh sayang. Lucunya, ia sering bingung dan kikuk. Jika ia berjalan, ia seolah-olah menggelinding dan seperti gelembung. Ia sering menyuarakan : "*Oh Boy, Oh goody, duh-okey-dokey."*



Gambar 4.5
Grimace

Sumber : STAR Development Program McDonald's hal:8

4.2 Pembahasan

4.2.1 Hasil Analisis Kualitatif

4.2.1.1 Perkembangan Biaya Produksi McDonald's Griya Buah Batu.

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual. Biaya produksi pada McDonald's Griya Buah Batu terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Adapun rumus perhitungan biaya produksi menurut Mulyadi adalah sebagai berikut :

Biaya Produksi =
Biaya Bahan Baku + Biaya tenaga Kerja Langsung + Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya produksi yang digunakan dalam penelitian ini, penulis ambil dari laporan keuangan bulanan. Adapun perkembangan Biaya produksi pada

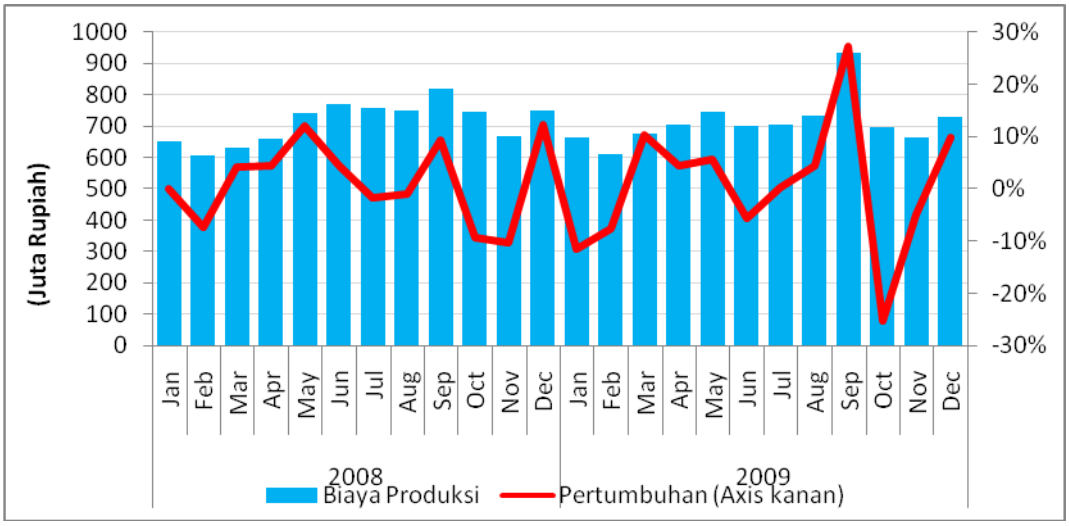
McDonald's Griya Buah Batu selama periode tahun 2008-2009 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1
Perkembangan Biaya Produksi McDonald's Griya Buah Batu
Dari tahun 2008-2009

Tahun	Bulan	BBB	BTKL	BOP	Biaya Produksi	Pertumbuhan
2008	January	299.677.754,00	74.536.643,00	279.349.862,75	653.564.259,75	-
	February	262.537.100,00	82.145.643,00	261.156.021,40	605.838.764,40	-7.30%
	March	293.543.874,00	80.650.098,00	257.431.159,05	631.625.131,05	4.26%
	April	296.991.765,00	73.488.787,00	289.386.006,15	659.866.558,15	4.47%
	May	335.481.426,00	81.991.949,00	322.430.158,70	739.903.533,70	12.13%
	June	361.974.499,00	82.825.693,00	327.154.506,60	771.954.698,60	4.33%
	July	335.075.806,00	83.543.230,00	339.219.431,75	757.838.467,75	-1.83%
	August	346.554.185,00	87.848.943,00	316.189.788,95	750.592.916,95	-0.96%
	September	374.322.376,00	85.243.017,00	361.177.052,90	820.742.445,90	9.35%
	October	367.269.892,00	84.350.778,00	292.803.305,15	744.423.975,15	-9.30%
	November	309.042.574,00	79.038.648,00	280.246.677,60	668.327.899,60	-10.22%
	December	373.287.736,00	79.769.532,00	297.409.559,60	750.466.827,60	12.29%
2009	January	307.971.823,00	79.467.068,00	276.102.493,70	663.541.384,70	-11.58%
	February	266.184.520,00	74.973.194,00	271.131.768,85	612.289.482,85	-7.72%
	March	321.882.269,00	89.307.862,00	263.851.719,55	675.041.850,55	10.25%
	April	327.558.568,00	89.981.248,00	287.562.607,15	705.102.423,15	4.45%
	May	349.830.479,00	94.268.284,00	301.399.474,05	745.498.237,05	5.73%
	June	339.215.484,00	88.683.420,00	274.718.400,55	702.617.304,55	-5.75%
	July	332.939.076,00	97.198.552,00	273.497.924,95	703.635.552,95	0.14%
	August	325.003.764,00	91.802.098,00	318.106.453,45	734.912.315,45	4.45%
	September	471.228.618,00	101.772.355,00	362.104.629,25	935.105.602,25	27.24%
	October	306.560.994,00	96.435.150,00	295.263.558,65	698.259.702,65	-25.33%
	November	298.851.271,00	89.949.546,00	275.809.532,10	664.610.349,10	-4.82%
	December	348.212.726,00	87.741.704,00	294.251.971,85	730.206.401,85	9.87%
	Rata-rata	**331.299.940,79**	**85.708.893,42**	**296.573.086,03**	**713.581.920,24**	**1.05%**

Sumber : data sekunder diolah kembali,2010

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat digambarkan perkembangan biaya produksi secara keseluruhan selama periode 2008-2009 dalam bentuk grafik sebagai berikut :



Gambar 4.6
Grafik Perkembangan Biaya produksi McDonald's Griya Buah Batu dari Tahun 2008-2009

Hasil data grafik biaya produksi perusahaan McDonald's Griya Buah Batu yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada bulan Januari 2008 biaya produksi sebesar Rp 653.564.259,75
2. Pada bulan Februari 2008 biaya produksi mengalami penurunan sebesar Rp 605.838.764,40. Hal ini disebabkan adanya penurunan Biaya Bahan baku dan Biaya *Advertising*.
3. Pada bulan Maret sampai Juli 2008 mengalami peningkatan yaitu dari Rp 631.625.131,05 pada bulan Maret, Rp 659.866.558,15 pada bulan April, Rp 739.903.533,70 pada bulan Mei, Rp 771.954.698,60 pada bulan Juni dan Rp 771.954.698,60 pada bulan Juli. hal ini disebabkan adanya peningkatan biaya bahan baku dan biaya *linen.*
4. Pada bulan Agustus 2008 mengalami penurunan yaitu Rp 750.592.916,95. Hal ini disebabkan adanya penurunan *controllable expense.*

5. Pada bulan September 2008 mengalami peningkatan kembali yaitu Rp 820.742.445,9. Hal ini disebabkan adanya peningkatan biaya *food, promotion,service fee,* serta *ansurance.*
6. Pada bulan Oktober dan November 2008 mengalami penurunan lagi yaitu Rp 744.423.975,15 dan Rp 668.327.899,60. Hal ini disebabkan adanya penurunan biaya *crew labour* karena pengurangan *crew* yang telah habis kontrak.
7. Pada bulan Desember 2008 mengalami peningkatan kembali yaitu Rp 750.466.827,60. Hal ini disebabkan adanya penambahan *crew* baru karena menjelang tahun baru dan natal sehingga meningkatkan biaya *crew labour* serta biaya bahan baku.
8. Pada bulan Januari dan Februari 2009 mengalami penurunan lagi yaitu Rp 663.541.384,70 dan Rp 612.289.482,8. Hal ini disebabkan penurunan biaya *advertising,* biaya *outside service,* serta biaya *food paper.*
9. Pada bulan Maret sampai Mei 2009 mengalami peningkatan kembali yaitu Rp 675.041.850,55 pada bulan Maret, Rp 705.102.423,1 pada bulan April dan Rp 745.498.237,05 pada bulan Mei. Hal ini disebabkan adanya peningkatan biaya bahan baku karena menjelang liburan panjang anak sekolah.
10. Pada bulan Juni 2009 mengalami penurunan lagi yaitu Rp 702.617.304,55. Hal ini disebabkan adanya penurunan biaya *linen* karena semua *crew* telah mendapatkan *uniform* yang lengkap serta penurunan *occupancy cost.*

11. Pada bulan Juli sampai September 2009 mengalami peningkatan yaitu Rp 703.635.552,95 pada bulan Juli, Rp 734.912.315,4 pada bulan Agustus dan Rp 935.105.602,25 pada bulan September. Hal ini disebabkan tingginya biaya *food paper* karena akan menjelang lebaran yang membuat permintaan *customer* menjadi banyak.
12. Pada bulan Oktober dan November 2009 mengalami penurunan kembali yaitu Rp 698.259.702,65 dan Rp 664.610.349,10. Hal ini disebabkan adanya penurunan biaya *food paper* karena banyaknya *customer* sudah normal kembali seperti biasa.
13. Pada bulan Desember 2009 mengalami peningkatan kembali yaitu Rp 730.206.401,85. Hal ini disebabkan adanya peningkatan Biaya bahan baku yang cukup tinggi karena adanya hari raya natal.

Dari perkembangan biaya produksi diatas dapat dilihat secara rata-rata biaya produksi pada McDonald's Griya Buah Batu mencapai Rp 713.581.920 setiap bulan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 1,05% setiap bulannya, hal ini sesuai teori Mulyadi (2000:187) bahwa banyaknya volume produksi maka akan meningkatkan biaya produksi. Biaya produksi tertinggi dikeluarkan perusahaan pada bulan September tahun 2009 yang mencapai Rp 935.105.602, hal ini disebabkan tingginya *occupancy cost* dan *service fee* yang dikeluarkan perusahaan pada bulan September 2009. Sebaliknya biaya produksi paling rendah dikeluarkan perusahaan pada bulan februari tahun 2008 yang hanya mencapai Rp 605.838.764, hal ini disebabkan *occupancy cost* dan *service fee* yang dikeluarkan perusahaan kembali mengalami penurunan pada bulan Oktober 2009.

Biaya produksi atau operasional dalam bisnis *fast food* memainkan peran yang sangat penting, karena menciptakan keunggulan kompetitif dalam persaingan. Hal ini disebabkan proporsi biaya produksi dapat mencapai sekitar 70%-90% dari biaya secara keseluruhan, sehingga reduksi biaya produksi melalui peningkatan efisiensi akan membuat harga jual yang ditetapkan oleh produsen menjadi lebih kompetitif. Biaya harus dipandang sebagai keuntungan potensial (*potential profit*), bukan sekedar pengeluaran atau ongkos produksi yang memang harus dikeluarkan, dengan demikian peningkatan biaya produksi melalui peningkatan efisiensi akan meningkatkan keuntungan.

4.2.1.2 Perkembangan Perputaran Persediaan Bahan Baku McDonald's Griya Buah Batu.

Persediaan bahan baku adalah elemen utama dari modal kerja perusahaan yang digolongkan ke dalam kelompok aktiva lancar yang selalu dalam keadaan berputar, dimana persediaan bahan baku secara terus menerus mengalami perubahan. Penentuan jumlah persediaan atau besarnya dana yang di alokasikan atau yang diinvestasikan dalam persediaan merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena mempunyai dampak langsung terhadap keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan. Kesalahan dalam menentukan jumlah persediaan dapat menyebabkan perusahaan kehilangan kesempatan untuk meraih keuntungan. Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti perputaran persediaan bahan baku dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$perputaran\ persediaan\ bahan\ baku = \frac{pembelian\ bahan\ baku\ yang\ terpakai}{rata - rata\ persediaan\ bahan\ baku}$$

Adapun informasi mengenai perputaran persediaan bahan baku pada perusahaan McDonald's Griya Buah Batu dapat dilihat dalam laporan keuangan yang dilaporkan setiap bulan. Perkembangan perputaran persediaan bahan baku pada McDonald's Griya Buah Batu selama periode tahun 2008-2009 dapat dilihat pada tabel berikut:

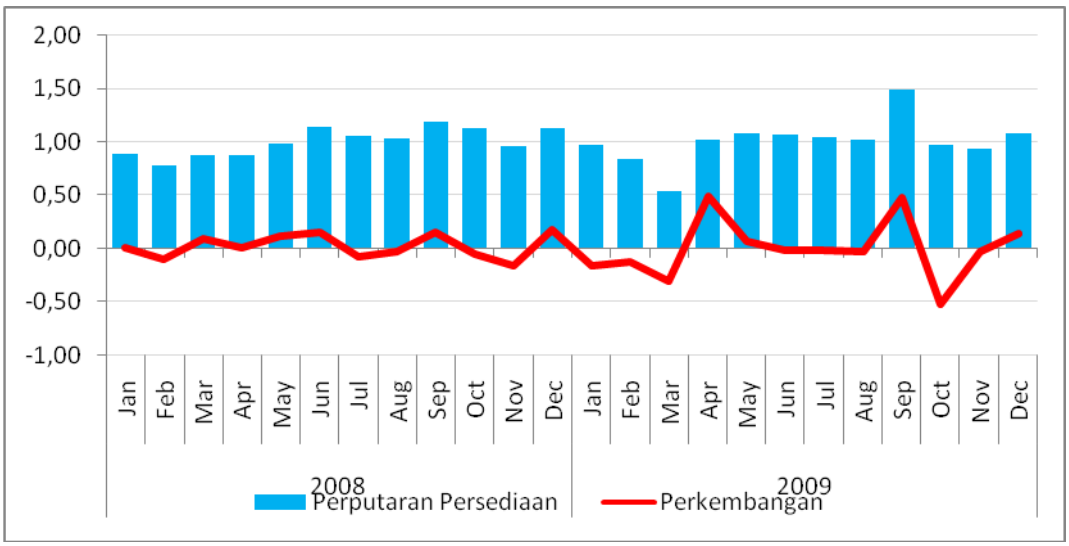
Tabel 4.2
Perkembangan Perputaran Persediaan Bahan Baku McDonald's Griya Buah Batu Dari Tahun 2008-2009

Tahun	Bulan	Biaya Pers. BB yang Terpakai	Rata-Rata Persediaan	Perputaran Bahan Baku	Perkembangan
2008	January	266.016.949	301.117.597	0,88	-
	February	234.870.990	301.117.597	0,78	-0,10
	March	262.999.008	301.117.597	0,87	0,09
	April	263.622.874	301.117.597	0,88	0,00
	May	295.820.803	301.117.597	0,98	0,11
	June	340.739.078	301.117.597	1,13	0,15
	July	318.288.473	301.117.597	1,06	-0,07
	August	309.193.401	301.117.597	1,03	-0,03
	September	354.865.250	301.117.597	1,18	0,15
	October	337.622.998	301.117.597	1,12	-0,06
	November	289.173.426	301.117.597	0,96	-0,16
	December	340.197.918	301.117.597	1,13	0,17
2009	January	277.515.231	287.244.313	0,97	-0,16
	February	240.370.309	287.244.313	0,84	-0,13
	March	152.480.150	287.244.313	0,53	-0,31
	April	291.219.587	287.244.313	1,01	0,48
	May	309.853.159	287.244.313	1,08	0,06
	June	305.464.199	287.244.313	1,06	-0,02
	July	298.843.332	287.244.313	1,04	-0,02

Tahun	Bulan	Biaya Pers. BB yang Terpakai	Rata-Rata Persediaan	Perputaran Bahan Baku	Perkembangan
	August	291.191.025	287.244.313	1,01	-0,03
	September	427.250.073	287.244.313	1,49	0,47
	October	277.191.578	287.244.313	0,97	-0,52
	November	267.586.847	287.244.313	0,93	-0,03
	December	307.966.264	287.244.313	1,07	0,14
	Rata-rata			**1,00**	**0,01**

Sumber : data sekunder diolah kembali

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat digambarkan perkembangan perputaran persediaan bahan baku secara keseluruhan selama periode 2008-2009 dalam bentuk grafik sebagai berikut :



Gambar 4.7
Grafik Perkembangan Perputaran Persediaan Bahan Baku McDonald's Griya Buah Batu

Hasil data grafik perputaran persediaan bahan baku perusahaan McDonald's Griya Buah Batu yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada bulan Januari 2008 perputaran persediaan bahan baku sebesar 0,88 kali.

2. Pada bulan Februari 2008 perputaran persediaan bahan baku mengalami suatu penurunan yaitu 0,78 kali.hal ini disebabkan adanya penurunan biaya persediaan bahan baku yang terpakai.
3. Pada bulan Maret sampai Juni 2008 perputaran persediaan bahan baku mengalami peningkatan yaitu 0,87 kali pada bulan Maret, 0,88 kali pada bulan April, 0,98 kali pada bulan Mei, 1,13 kali pada bulan Juni. Peningkatan ini disebabkan oleh adanya kenaikan biaya persediaan bahan baku yang terpakai dan adanya kombinasi dalam pengelolaan persediaan, serta adanya tahun baru dan tahun baru imlek sehingga cepatnya perputaran persediaan karena penjualan meningkat.
4. Pada bulan Juli dan Agustus 2008 perputaran persediaan bahan baku mengalami penurunan yaitu 1,06 kali dan 1,03 kali. Hal ini disebabkan adanya adanya kenaikan harga pokok penjualan tetapi penjualan mengalami penurunan sehingga mengalami penumpukan yang tersimpan digudang.
5. Pada bulan September 2008 perputaran persediaan bahan baku mengalami peningkatan yaitu 1,18 kali. Hal ini disebabkan peningkatan biaya persediaan bahanbaku yang terpakai.
6. Pada bulan Oktober dan November 2008 perputaran persediaan bahan baku mengalami penurunan yaitu 1,12 kali dan 0,96 kali. Penurunan ini disebabkan rendahnya persediaan bahan baku yang terpakai karena turunnya permintaan *customer* sehingga mengalami penumpukan persediaan bahan baku lagi di gudang.

7. Pada bulan Desember 2008 perputaran persediaan bahan baku mengalami peningkatan yaitu 1,13 kali. Hal ini disebabkan adanya peningkatan biaya persediaan bahan baku yang terpakai karena menjelang natal dan tahun baru sehingga penjualan meningkat.
8. Pada bulan Januari sampai Maret 2009 perputaran persediaan bahan baku mengalami penurunan kembali yaitu 0,97 kali pada bulan Januari, 0,84 kali pada bulan Februari dan 0,53 pada bulan Maret.penurunan ini disebabkan liburan sekolah telah habis sehingga adanya pengurangan *customer*.
9. Pada bulan April 2009 perputaran persediaan bahan baku mengalami peningkatan yaitu 1,01 kali.peningkatan ini disebabkan tingginya biaya persediaan bahan baku yang terpakai.
10. Pada bulan Mei sampai Agustus 2009 perputaran persediaan bahan baku mengalami penurunan yaitu 1,08 kali pada bulan Mei, 1,06 kali pada bulan Juni, 1,04 kali pada bulan Juli dan 1,01 kali pada bulan Agustus. Penurunan ini disebabkan rendahnya persediaan bahan baku yang terpakai karena turunnya permintaan *customer* sehingga mengalami penumpukan persediaan bahan baku lagi di gudang.
11. Pada bulan September 2009 perputaran persediaan bahan baku mengalami peningkatan yaitu 1,49 kali. Peningkatan ini disebabkan persediaan yang menumpuk digudang berkurang, karena adanya bulan Ramadhan dan hari raya idul fitri yang membuat penjualan meningkat.

12. Pada bulan Oktober dan November 2009 perputaran persediaan bahan baku mengalami penurunan yaitu 0,97 kali dan 0,93 kali. Penurunan ini disebabkan over invesment dalam persediaan seperti terlalu tingginya persediaan dalam hubungannya dengan penjualan, pembelian barang yang terlalu banyak menjelang akhir periode karena adanya harapan barang akan naik dan pemintaan akan meningkat, banyaknya barang yang tidak terjual (*out of date).*
13. Pada bulan Desember 2009 perputaran persediaan bahan baku mengalami peningkatan yaitu 1,07 kali. Peningkatan ini disebabkan adanya perayaan hari natal sehingga banyaknya *customer* yang datang ke McDonald's.

Dari perkembangan perputaran persediaan bahan baku diatas dapat dilihat secara rata-rata perputaran persediaan bahan baku pada McDonald's Griya Buah Batu sebesar 1 kali setiap bulan dengan rata-rata peningkatan sebesar 0,01 setiap bulannya. Persediaan bahan baku tertinggi terjadi pada bulan September tahun 2009 yang mencapai 1,49 kali, hal ini disebabkan tingginya pembelian bahan baku yang dikeluarkan perusahaan pada bulan September 2009, seperti bahan makanan dan paper.

Menurut Alex(2008) mengatakan Persediaan bahan baku merupakan komponen penting dalam harga pokok penjualan. Di dalam penentuan laba kotor perusahaan, besarnya harga pokok penjualan merupakan pengurangan terbesar terhadap hasil penjualan. Di samping itu investasi terbesar dalam perusahaan industri pada umumnya ditanamkan dalam persediaan bahan baku, sehingga persediaan baku merupakan bagian terbesar dari aktiva lancar selain kas dan

piutang. Jumlah persediaan yang terlalu besar dibanding dengan kebutuhan, akan menyebabkan beban yang harus ditanggung perusahaan menjadi besar seperti beban bunga, biaya penyimpanan, pemeliharaan gudang, resiko kerusakan, menurunya kwalitas barang dalam penyimpanan, biaya keamanan dan sebagainya. Sebaliknya persediaan yang terlalu kecil dapat menghambat operasional perusahaan berupa tidak tersedianya barang pada saat dibutuhkan sehingga menyebabkan perusahaan kehilangan kesempatan untuk meraih laba. Karena tidak tersediaanya persediaan perusahaan tidak dapat bekerja secara optimal berarti *capital asset* tidak dapat didayagunakan sepenuhnya sehingga biaya operasional atau produksi rara-rata akan menjadi tinggi yang berakibat keuntungan yang dapat diperoleh menjadi menurun.

4.2.1.3 Perkembangan Laba kotor McDonald's Griya Buah Batu.

Laba kotor merupakan selisih antara hasil penjualan dengan harga pokok penjualan. Laba kotor menyediakan angka yang berguna untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dan menilai laba masa depan. Berikut perkembangan laba kotor yang diperoleh McDonald's Griya Buah Batu selama periode tahun 2008-2009.

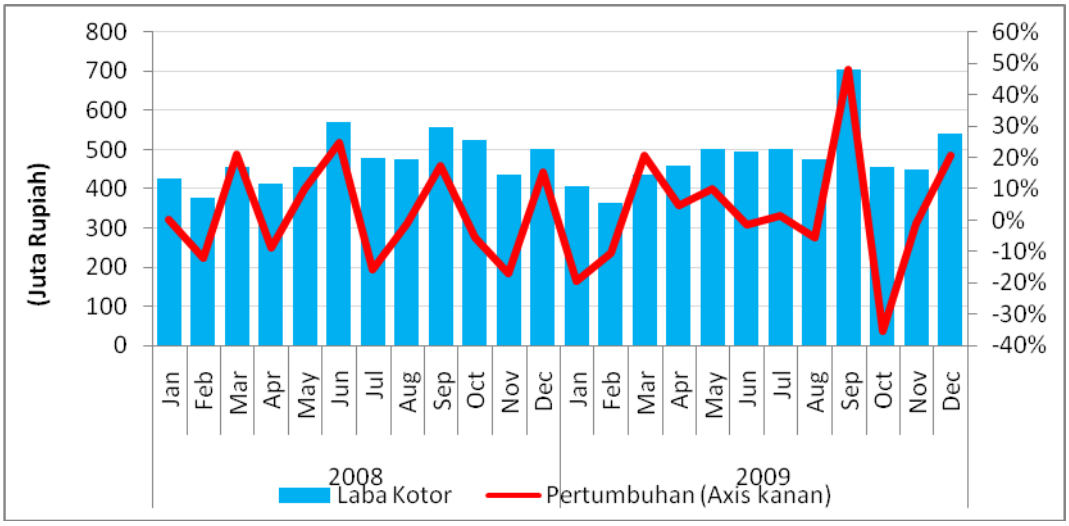
Tabel 4.3
Perkembangan Laba Kotor McDonald's Griya Buah Batu
Dari Tahun 2008-2009

Tahun	Bulan	Penjualan	HPP	Laba Kotor	Pertumbuhan
2008	January	727.195.320	299.677.754	427.517.566	-
	February	638.021.404	262.537.100	375.484.304	-12.17%
	March	747.813.695	293.543.874	454.269.821	20.98%
	April	711.377.083	296.991.765	414.385.318	-8.78%

Tahun	Bulan	Penjualan	HPP	Laba Kotor	Pertumbuhan
	May	791.564.231	335.481.426	456.082.805	10.06%
	June	930.884.770	361.974.499	568.910.271	24.74%
	July	814.455.725	335.075.806	479.379.919	-15.74%
	August	821.536.524	346.554.185	474.982.339	-0.92%
	September	930.983.710	374.322.376	556.661.334	17.20%
	October	892.055.067	367.269.892	524.785.175	-5.73%
	November	745.352.443	309.042.574	436.309.869	-16.86%
	December	875.406.170	373.287.736	502.118.434	15.08%
2009	January	713.623.015	307.971.823	405.651.192	-19.21%
	February	629.055.798	266.184.520	362.871.278	-10.55%
	March	758.761.090	321.882.269	436.878.821	20.39%
	April	785.048.412	327.558.568	457.489.844	4.72%
	May	852.594.801	349.830.479	502.764.322	9.90%
	June	835.167.197	339.215.484	495.951.713	-1.36%
	July	835.796.527	332.939.076	502.857.451	1.39%
	August	800.469.238	325.003.764	475.465.474	-5.45%
	September	1.174.549.786	471.228.618	703.321.168	47.92%
	October	761.463.324	306.560.994	454.902.330	-35.32%
	November	748.155.554	298.851.271	449.304.283	-1.23%
	December	890.198.685	348.212.726	541.985.959	20.63%
	Rata-rata	**808.813.732**	**331.299.940,8**	**477.513.791,3**	**2.60%**

Sumber : data sekunder diolah kembali,2010

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat digambarkan perkembangan laba kotor perusahaan secara keseluruhan selama periode 2008-2009 dalam bentuk grafik sebagai berikut :



Gambar 4.8
Grafik Perkembangan Laba Kotor McDonald's Griya Buah Batu

Hasil data grafik laba kotor perusahaan McDonald's Griya Buah Batu yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada bulan Januari 2008 laba kotor sebesar Rp 427.517.566.
2. Pada bulan Februari 2008 laba kotor mengalami penurunan yaitu Rp 375.484.269.821. Hal ini disebabkan adanya penurunan penjualan karena adanya peningkatan biaya produksi yang akan meningkatkan harga pokok penjualan.
3. Pada bulan Maret 2008 laba kotor mengalami peningkatan yaitu Rp 454.269.821. karena volume penjualan yang mengalami peningkatan.
4. Pada bulan April sampai Juni 2008 laba kotor mengalami peningkatan yaitu Rp 414.385.318 pada bulan April, Rp 456.082.805 pada bulan Mei dan Rp 568.910.271. Peningkatan ini disebabkan tingginya penjualan.

5. Pada bulan Juli sampai Agustus 2008 laba kotor mengalami penurunan yaitu Rp 479.379.919 dan Rp 474.982.339. hal ini disebabkan adanya biaya *food* yang cukup tinggi .
6. Pada bulan September 2008 laba kotor mengalami peningkatan yaitu Rp 556.661.334. hal ini disebabkan tingginya *net sales product.*
7. Pada bulan Oktober sampai November 2008 laba kotor mengalami penurunan kembali yaitu Rp 524.785.175 dan Rp 436.309.869. hal ini disebabkan rendahnya *net sales product.*
8. Pada bulan Desember 2008 laba kotor mengalami peningkatan kembali yaitu Rp 502.118.434. hal ini disebabkan adanya perayaan hari natal sehingga biaya persediaan bahan baku yang terpakai meningkat.
9. Pada bulan Januari sampai Februari 2009 laba kotor mengalami penurunan yaitu Rp 405.651.192 dan Rp 362.871.278. hal ini disebabkan adanya penurunan penjualan.
10. Pada bulan Maret sampai Mei 2009 laba kotor mengalami peningkatan yaitu Rp 436.878.821 pada bulan Maret, Rp 457.489.844 pada bulan April, Rp 502.764.322 pada bulan Mei. Peningkatan ini disebabkan persediaan yang menumpuk di gudang terjual, karena banyaknya permintaan *customer* sehingga penjualan menjadi tinggi.
11. Pada bulan Juni 2009 laba kotor mengalami penurunan kembali yaitu Rp 495.951.713. hal ini disebabkan rendahnya penjualan.
12. Pada bulan Juli 2009 laba kotor mengalami peningkatan yaitu Rp 502.857.451. hal ini disebabkan rendahnya biaya *food paper.*

13. Pada bulan Agustus 2009 laba kotor mengalami penurunan yaitu Rp 475.465.474. Penurunan ini disebabkan banyaknya persediaan yang menumpuk di gudang, sehingga membuat harga pokok penjualan meningkat.
14. Pada bulan September 2009 laba kotor mengalami peningkatan yaitu Rp 703.321.168. hal ini disebabkan banyaknya *customer* yang datang sehingga penjualan meningkat.
15. Pada bulan Oktober sampai November 2009 laba kotor mengalami penurunan yaitu Rp 454.902.330 dan Rp 449.304.283. Penurunan ini disebabkan rendahnya penjualan.
16. Pada bulan Desember 2009 laba kotor mengalami peningkatan yaitu Rp 541.985.959. hal ini disebabkan banyaknya biaya persediaan bahan baku yang terpakai dan volume penjualan yang cukup tinggi.

Dari perkembangan laba kotor diatas dapat dilihat secara rata-rata laba kotor yang diperoleh McDonald's Griya Buah Batu mencapai Rp 477.513.791 setiap bulan dengan rata-rata perutmbuhan sebesar 2,06% setiap bulannya. Hal ini sesuai teori Mulyadi (2001:513) mengatakan bahwa biaya yang timbul dari perolehan akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan sehingga akan mempengaruhi besarnya volume penjualan yang akan meningkatkan laba. Laba kotor tertinggi diperoleh perusahaan pada bulan September tahun 2009 yang mencapai Rp 703.321.168, hal ini disebabkan tingginya penjualan perusahaan pada bulan September 2009. Sebaliknya laba kotor paling rendah diperoleh

perusahaan pada bulan Februari tahun 2009 yang hanya mencapai Rp 362.871.278.

Laba dapat dijadikan ukuran untuk menilai keberhasilan perusahaan. Pengukuran terhadap laba tidak akan memberikan informasi yang bermanfaat bila tidak menggambarkan sebab-sebab timbulnya laba. Sumber penyebab timbulnya laba memiliki peranan penting dalam menilai kemajuan perusahaan.

4.2.2 Hasil Analisis Kuantitatif

4.2.2.1 Pengaruh Biaya produksi dan Perputaran Persediaan Bahan Baku Terhadap Laba Kotor pada perusahaan McDonald's Griya Buah Batu secara Simultan maupun Parsial.

Setelah diuraikan gambaran data variabel penelitian, selanjutnya untuk mengetahui apakah secara statistik terdapat pengaruh antara kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor maka harus dilakukan pengujian statistik baik secara simultan maupun parsial.

Untuk mengetahui lebih jelas, penulis akan melakukan analisis pengaruh biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor dengan menggunakan analisis statistik, yaitu Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Korelasi, dan Koefisien Deteriminasi yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor dan berapa besar pengaruhnya. Pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan software SPSS.15. dan untuk lebih jelasnya akan dibahas berikut ini.

1) Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regressi linier berganda, ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari regressi tersebut tidak bias, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regressi linear berganda), uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi (untuk data yang berbentuk deret waktu). Pada penelitian ini keempat asumsi yang disebutkan diatas tersebut diuji karena variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini lebih dari satu (berganda) dan data yang dikumpulkan mengandung unsur deret waktu (24 bulan pengamatan).

a) Uji Asumsi Normalitas

Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regressi, apabila model regressi tidak berdistribusi normal maka kesimpulan dari uji F dan uji t masih meragukan, karena statistik uji F dan uji t pada analisis regressi diturunkan dari distribusi normal. Pada penelitian ini digunakan uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov untuk menguji normalitas model regressi.

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Asumsi Normalitas

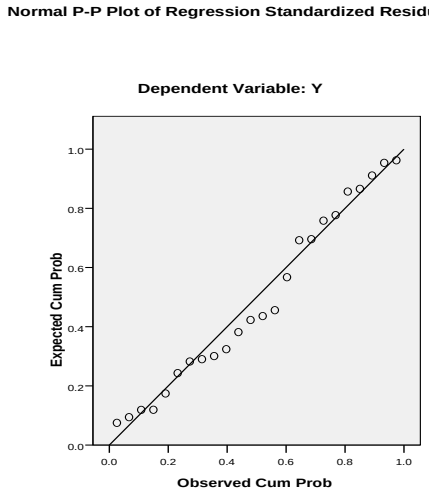
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		24
Normal Parameters [a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	26006222.63
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.130
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.635
Asymp. Sig. (2-tailed)		.815

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada tabel 4.4 dapat dilihat nilai probabilitas (sig.) yang diperoleh dari uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,815. Karena nilai probabilitas pada uji Kolmogorov-Smirnov masih lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0.05), maka disimpulkan bahwa model regressi berdistribusi normal. Secara visual gambar grafik normal probability plot dapat dilihat pada gambar 4.6 berikut



Gambar 4.9
Grafik Normalitas

Grafik diatas mempertegas bahwa model regressi yang diperoleh berdisitribusi normal, dimana dimana sebaran data berada disekitar garis diagonal.

b) Uji Asumsi Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi. Jika terdapat Multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar tetapi pada pengujian parsial koefisien regresi, tidak ada ataupun kalau ada sangat sedikit sekali koefisien regresi yang signifikan. Pada penelitian ini digunakan nilai variance inflation factors (VIF) sebagai indikator ada tidaknya multikolinieritas diantara variabel bebas.

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.286	3.493
	X2	.286	3.493

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel 4.5 diatas menunjukkan adanya korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel bebas, dimana nilai VIF dari kedua variabel bebas lebih kecil dari 10 dan dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas diantara kedua variabel bebas.

c) Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan indikasi varian antar residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak lagi efisien.

Untuk menguji apakah varian dari residual homogen digunakan uji rank Spearman, yaitu dengan mengkorelasikan variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Apabila koefisien korelasi dari masing-masing variabel independen ada yang signifikan pada tingkat kekeliruan 5%, mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Pada tabel 4.6 berikut dapat dilihat nilai signifikansi masing-masing koefisien korelasi variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*).

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas

Correlations

			ABSOLUT. ERRO
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	.258
		Sig. (2-tailed)	.223
		N	24
	X2	Correlation Coefficient	.157
		Sig. (2-tailed)	.463
		N	24

Berdasarkan hasil korelasi yang diperoleh seperti dapat dilihat pada tabel 4.6 diatas memberikan suatu indikasi bahwa residual (*error*) yang muncul dari persamaan regresi mempunyai varians yang sama (tidak terjadi heteroskedastisitas), dimana nilai signifikansi (sig) dari masing-masing koefisien korelasi kedua variabel bebas dengan nilai absolut *error* (0,223 dan 0,463) masih lebih besar dari 0,05.

d) Uji Asumsi Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi tahun berjalan dipengaruhi oleh error dari observasi tahun sebelumnya.

Pada pengujian autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regressi dan berikut nilai Durbin-Watson yang diperoleh melalui hasil estimasi model regressi.

Tabel 4.7
Nilai Durbin-Watson Untuk Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.930[a]	.865	.852	27216454.4	2.057

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengolahan diperoleh nilai statistik Durbin-Watson (D-W) = 2,057, sementara dari tabel d untuk jumlah variabel bebas = 2 dan jumlah pengamatan n = 24 diperoleh batas bawah nilai tabel (d_L) = 1,188 dan batas atasnya (d_U) = 1,546. Karena nilai Durbin-Watson model regressi (2,057) berada diantara d_U (1,546) dan 4-d_U (2,454), maka dapat dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model regressi.

Setelah keempat asumsi regressi diuji, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis, yaitu pengaruh kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor.

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk melakukan prediksi, perubahan nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen naik atau turun nilainya. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan karena variabel yang menjadi kajian dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel

independen yaitu biaya produksi sebagai variabel X_1 dan perputaran persediaan bahan baku sebagai variabel X_2 dan satu variabel dependen yaitu laba kotor.

Sehingga dapat diketahui dan dibuktikan sejauh mana hubungan biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor. Dalam perhitungannya penulis menggunakan dua cara yaitu manual dan komputerisasi. Cara perhitungan komputerisasi dengan menggunakan media program komputer yaitu *SPSS 15 for windows* dan cara manual bisa dilihat di lampiran. Estimasi model regresi linier berganda ini menggunakan *software SPSS.15* dan diperoleh hasil output sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-136820868	6E+007		-2.135	.045
	X1	.734	.149	.736	4.917	.000
	X2	90499387.8	6E+007	.221	1.477	.155

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas dibentuk persamaan regresi linier sebagai berikut :

$Y = -136820868 + 0{,}734\ X_1 + 90499387{,}8\ X_2$

Dimana :

Y = Laba kotor

X_1 = Biaya produksi

X_2 = Perputaran persediaan bahan baku

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar -136820868 rupiah menunjukkan bahwa jika biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku sama dengan nol maka rata-rata laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu adalah sebesar -136820868 rupiah.
2. Biaya produksi memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,734 rupiah, artinya setiap peningkatan biaya produksi sebesar 1 rupiah diprediksi akan meningkatkan laba kotor sebesar 0,734 rupiah, dengan asumsi perputaran persediaan bahan baku tidak berubah.
3. Perputaran persediaan bahan baku memiliki koefisien bertanda positif sebesar 90499387,8 rupiah, artinya bahwa setiap peningkatan perputaran persediaan bahan baku sebesar 1 kali diprediksi akan meningkatkan laba kotor sebesar 90499387,8 rupiah, dengan asumsi biaya produksi tidak berubah.

b. Analisis Korelasi

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara biaya produksi (X_1) dan perputaran persediaan bahan baku (X_2) dengan laba kotor maka dapat dicari dengan menggunakan analisis korelasi *pearson* (*product*). Korelasi ini digunakan karena teknik statistik ini paling sesuai dengan jenis data skala penelitian yang digunakan yaitu rasio.

Korelasi parsial digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan masing-masing variabel independen (biaya produksi dan perputaran persediaan) dengan laba kotor pada perusahaan McDonald's Griya Buah Batu tahun 2008-2009.

Melalui korelasi parsial akan dicari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap laba kotor ketika variabel independen lainnya dianggap konstan.

a) Korelasi Biaya Produksi Dengan Laba Kotor Ketika Perputaran PersediaanTidak Berubah

Koefisien korelasi antara biaya produksi dengan laba kotor ketika perputaran persediaan tidak berubah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Koefisien Korelasi Parsial Biaya Produksi Dengan Laba Kotor

Correlations

Control Variables			X1	Y
X2	X1	Correlation	1.000	.732
		Significance (2-tailed)	.	.000
		df	0	21
	Y	Correlation	.732	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		df	21	0

Hubungan antara biaya produksi dengan laba kotor ketika perputaran persediaan tidak berubah adalah sebesar 0,732 dengan arah positif. Artinya hubungan biaya produksi dengan laba kotor termasuk kuat ketika perputaran persediaan tidak mengalami perubahan. Ini menggambarkan bahwa ketika biaya produksi meningkat, sementara perputaran persediaan tidak berubah maka akan meningkatkan laba kotor perusahaan Kemudian besar pengaruh biaya produksi terhadap laba kotor perusahaan ketika perputaran persediaan perusahaan tetap adalah $(0,732)^2 \times 100\% = 53,6\%$.

b) Korelasi Perputaran Persediaan Dengan Laba Kotor Ketika Biaya Produksi Tidak Berubah

Koefisien korelasi antara perputaran persediaan dengan laba kotor ketika biaya produksi tidak berubah dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Koefisien Korelasi Parsial Perputaran Persediaan Bahan Baku Dengan Laba Kotor

Correlations

Control Variables			X2	Y
X1	X2	Correlation	1.000	.307
		Significance (2-tailed)	.	.155
		df	0	21
	Y	Correlation	.307	1.000
		Significance (2-tailed)	.155	.
		df	21	0

Hubungan antara perputaran persediaan dengan laba kotor ketika biaya produksi tidak berubah adalah sebesar 0,307 dengan arah positif. Artinya hubungan perputaran persediaan dengan laba kotor termasuk rendah/lemah ketika biaya produksi tidak mengalami perubahan. Ini menggambarkan bahwa ketika perputaran persediaan meningkat, sementara biaya produksi tidak berubah maka akan meningkatkan laba kotor perusahaan Kemudian besar pengaruh perputaran persediaan terhadap laba kotor perusahaan ketika biaya produksi perusahaan tetap adalah $(0,307)^2 \times 100\% = 9,4\%$.

c) Korelasi secara simultan biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor

Korelasi ganda merupakan angka yang menunjukan kekuatan hubungan antar kedua variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel laba kotor. Hubungan korelasi secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11

Analisis Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.930[a]	.865	.852	27216454.4	2.057

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data pada tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa besarnya koefisien korelasi ganda adalah sebesar 0,930 yang berada antara 0,80 - 1,00 artinya biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku secara simultan memiliki hubungan yang cukup kuat dengan laba kotor.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variabel biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba kotor. Untuk nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.11 tepatnya dilihat dari nilai R Square yaitu sebesar 0,865 atau 86,5% artinya pengaruh biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku secara simultan terhadap laba kotor sebesar 86,5% sedangkan sisanya yaitu 13,5%

merupakan pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, yaitu volume penjualan, harga jual, rentabilitas dan pemilihan metode persediaan.

d. Uji Hipotesis

1) Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Selanjutnya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh biaya produksi, dan perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor maka perlu dilakukan pengujian hipotesis secara simultan yang dapat silihat dari tabel ANOVA hasil pengolahan *SPSS.15*. Langkah-langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$: Menunjukkan variabel biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$:Menunjukan variabel biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku berpengaruh secara simultan terhadap variabel laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar $\alpha = 0{,}05$ atau 5 % dengan derajat kebebasan (k; n-k-1) df= 2;21. Pada tabel F untuk $df_1 = 2$, $df_2 = 21$, maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,467.

c. Mencari nilai F_{hitung}

Dengan bantuan *software SPSS .15,* diperoleh output untuk mendapatkan nilai dari F_{hitung} sebagai berikut :

Tabel 4.12
Anova Untuk Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.0E+017	2	4.997E+016	67.460	.000[a]
	Residual	1.6E+016	21	7.407E+014		
	Total	1.2E+017	23			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 67,460.

d. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak (signifikan)

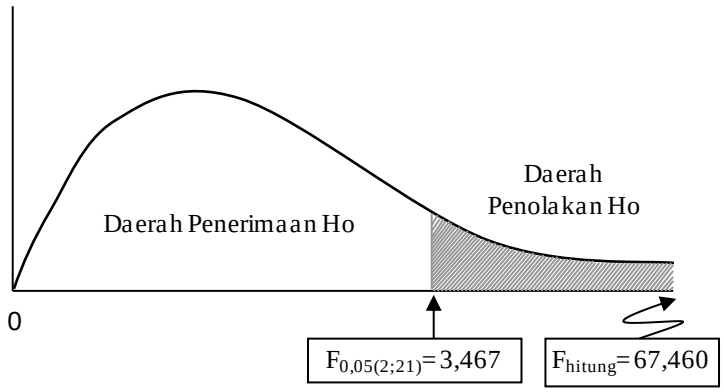
Jika $F_{hitung} < F_{tabel,}$ maka H_0 diterima (tidak signifikan)

Hasil yang diperoleh dari perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ (67,460 > 3,467), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti kedua variabel bebas, yaitu biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba kotor. Selain itu peneliti juga melakukan pengujian dengan cara melihat tingkat signifikansi yang dapat dilihat pada tabel 4.12.

Dari tabel ANOVA diatas diperoleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hasil yang diperoleh dengan tingkat signifikansi adalah Ho ditolak dan kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari biaya produksi dan

perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu.

Berdasarkan uji hipotesis dapat digambarkan daerah penolakan dan penerimaan Ho sebagai berikut :



Gambar 4.10

Daerah Penolakan H_0 Pada Pengujian Secara Simultan

e. Pengambilan keputusan hipotesis

Berdasarkan gambar 4.6 diatas dapat dilihat bahwa Ho ditolak, karena F_{hitung} sebesar 67,460 berada pada daerah penolakan Ho, yang berarti bahwa biaya produksi dan perputaran persediaan bahan baku secara simultan berpengaruh terhadap laba kotor.

2) Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Statistik uji yang digunakan pada pengujian parsial adalah uji t. Nilai tabel yang digunakan sebagai nilai kritis pada uji parsial (uji t) sebesar 2,080 yang diperoleh dari tabel t pada α

= 0.05 dan derajat bebas 21 untuk pengujian dua pihak. Nilai statistik uji t yang digunakan pada pengujian secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-136820868	6E+007		-2.135	.045
	X1	.734	.149	.736	4.917	.000
	X2	90499387.8	6E+007	.221	1.477	.155

a. Dependent Variable: Y

Nilai statistik uji t yang terdapat pada tabel 4.13 selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} untuk menentukan apakah variabel yang sedang diuji berpengaruh signifikan atau tidak.

a) Pengaruh Biaya produksi Secara Parsial Terhadap Laba kotor.

Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba kotor maka diperlukan pengujian statistik secara parsial dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_1 = 0$: Menunjukan bahwa biaya produksi secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Menunjukan bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh terhadap laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar α = 0,05 atau 5 % dengan derajat kebebasan (df= n-k-1) df= 24-2-1= 21, dimana nilai t_{tabel} pengujian dua arah sebesar 2,080.

c. Mencari nilai t_{hitung}

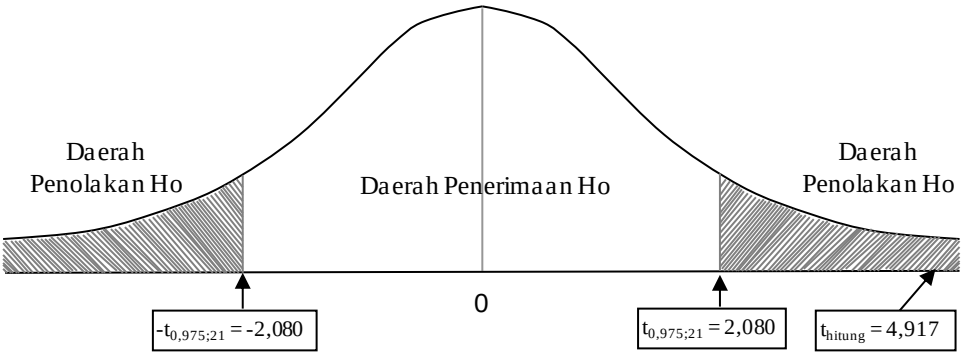
Dengan bantuan *software SPSS.15*, seperti terlihat pada tabel 4.13 sama halnya dengan manual diperoleh nilai t_{hitung} variabel biaya produksi sebesar 4,917

d. Menentukan daerah penerimaan penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel,}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak (signifikan)

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima (tidak signifikan)

Maka hasil yang diperoleh dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,917 > 2,080), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba kotor. Berdasarkan uji hipotesis dapat digambarkan daerah penolakan dan penerimaan Ho sebagai berikut:



Gambar 4.11
Hasil Uji t Biaya produksi Terhadap Laba kotor

e. Pengambilan keputusan hipotesis

Berdasarkan gambar 4.11 diatas dapat dilihat bahwa Ho diterima, karena t_{hitung} sebesar 4,917 berada pada daerah penolakan Ho, yang berarti bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu dengan arah positif. Artinya peningkatan biaya produksi diprediksi akan meningkatkan laba kotor perusahaan. Hasil ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Mulyadi (2000:187) bahwa tingkat laba yang diperoleh ditentukan oleh volume produksi, semakin banyak volume produksi yang di yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh perusahaan. Namun semakin banyak volume produksi akan meningkatkan biaya produksinya. Dengan demikian biaya produksi berbanding lurus dengan laba yang diperoleh perusahaan, karena semakin banyak biaya produksi berarti volume produksi meningkat sehingga laba yang diperoleh perusahaan makin tinggi.

b) Pengaruh Perputaran Persediaan Bahan Baku Secara Parsial Terhadap Laba Kotor.

Untuk mengetahui pengaruh perputaran persediaan bahan baku terhadap laba kotor maka diperlukan pengujian statistik secara parsial dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_2 = 0$: Menunjukkan bahwa perputaran persediaan bahan baku secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu.

$H_a : \beta_2 \neq 0$: Menunjukkan bahwa perputaran persediaan bahan baku secara parsial berpengaruh terhadap variabel laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar α = 0,05 atau 5 % dengan derajat kebebasan (df= n-k-1) df= 24-2-1= 21, dimana nilai t_{tabel} pengujian dua arah sebesar 2,080.

c. Mencari nilai t_{hitung}

Dengan bantuan software SPSS.15, seperti terlihat pada tabel 4.13 diperoleh nilai t_{hitung} variabel perputaran persediaan bahan baku sebesar 1,477.

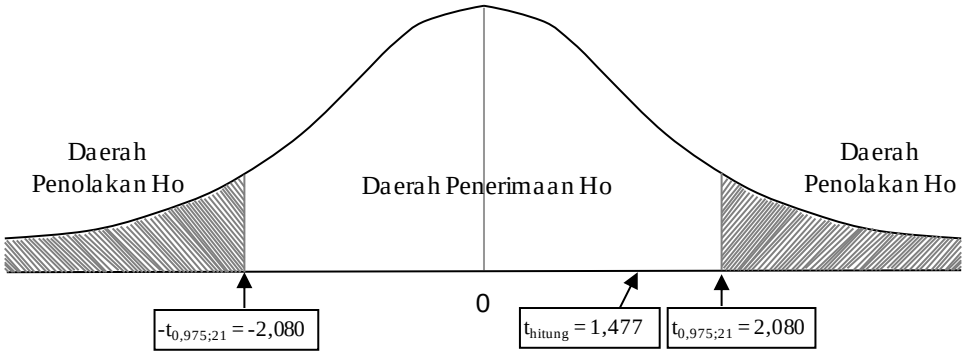
d. Menentukan daerah penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel,}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak (signifikan)

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima (tidak signifikan)

Maka hasil yang diperoleh dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,477 < 2,080), sehingga Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti variabel perputaran persediaan bahan baku secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba kotor.

Berdasarkan uji hipotesis dapat digambarkan daerah penolakan dan penerimaan Ho sebagai berikut :



Gambar 4.12
Hasil Uji t Perputaran persediaan bahan baku Terhadap Laba kotor

e. Pengambilan keputusan hipotesis

Berdasarkan gambar 4.12 diatas dapat dilihat bahwa Ho ditolak, karena t_{hitung} sebesar 1,477 berada pada daerah penerimaan Ho, yang berarti bahwa perputaran persediaan bahan baku secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu. Ini disebabkan karena berdasarkan data-data yang diolah menunjukkan bahwa perputaran persediaan bahan baku saat mengalami kenaikan atau penurunan tidak selalu diikuti oleh kenaikan atau penurunan laba kotor perusahaan McDonald's griya Buah Batu dikarenakan pada saat perusahaan mengalami kerugian atau mendapatkan laba yang sedikit, para manager cenderung lebih memperhatikan mutu, kebersihan, pelayanan, dan kualitas produk serta perputaran persediaan bahan baku tidak selalu konsisten karena tergantung faktor musiman, seperti *single event*, Hari libur sekolah, hari raya besar dan lain-lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Ellys Delfrina Sipangkar (2009) yang menemukan bahwa perputaran persediaan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba, tetapi

hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Alex (2008) yang menemukan bahwa perputaran persediaan bahan baku memiliki pengaruh signifikan terhadap laba kotor.

Meskipun secara statistik tidak terbukti bahwa perputaran persediaan bahan baku secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba kotor pada McDonald's Griya Buah Batu, namun arah hubungannya positif menunjukkan bahwa peningkatan perputaran persediaan diprediksi akan meningkatkan laba kotor perusahaan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Syahyunan (2003:10) bahwa tingkat perputaran persediaan yang tinggi menunjukkan dana yang diinvestasikan pada persediaan efektif dalam menghasilkan laba dan bila tingkat perputarannya rendah berarti masih banyak *stock* yang belum terjual hal ini akan menghambat *cash flow*, sehingga berpengaruh terhadap keuntungan.

Perputaran persediaan bahan baku ini menjadi ukuran kecepatan barang berganti atau telah dijual. Semakin tinggi perputaran persediaan bahan baku, semakin tinggi biaya yang dapat ditekan sehingga semakin besar pula perolehan laba suatu perusahaan. Sebaliknya semakin lambat perputaran persediaan bahan baku, maka semakin kecil pula perolehan labanya. Karena jumlah persediaan yang terlalu besar dibanding dengan kebutuhan, akan menyebabkan beban yang harus ditanggung perusahaan menjadi besar sehingga akan membebani pendapatan perusahaan.