BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran umum tentang PT.Metrodata Electronics Tbk

4.1.1.1 Sejarah PT.Metrodata Electronics Tbk

P.T. Metrodata Electronics, Tbk ("Perseroan") didirikan pada tanggal 17 Februari 1983 sebagai salah satu Perseroan dalam kelompok usaha METRODATA yang telah berkiprah di bidang teknologi informasi dan komunikasi sejak tahun 1975. Sejak didirikan, Perseroan sempat mengalami perubahan nama beberapa kali dan terakhir pada tanggal 28 Maret 1991 namanya diubah menjadi P.T. Metrodata Electronics, Tbk sampai sekarang.

Pada tanggal 14 Februari 1990, Perseroan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (IDX – Bursa hasil penggabungan antara Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya) dengan kode "MTDL" sebagai salah satu usaha untuk mendapatkan modal kerja dan modal investasi dan juga dalam usaha untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dapat ikut ambil bagian dalam perkembangan Perseroan.

Dengan pengalaman lebih dari 36 tahun di bidang teknologi informasi dan komunikasi, METRODATA selalu menyertai perjalanan bisnis para pelanggannya. Tangan-tangan profesional setiap karyawan METRODATA terus berkarya menghasilkan inovasi untuk menjawab tantangan perubahan zaman.

Sebagaimana umumnya perusahaan-perusahaan yang sudah mapan, METRODATA memiliki perangkat prinsip panudan yang menjadi acuan bagi manajemen maupun karyawan dalam mengembangakan strategi perusahaan serta dalam membangun reputasi Perusahaan. Falsafah korporat METRODATA tercermin dengan baik dalam pernyataan-pernyataan berikut:

1. **Visi**

   Memaksimalkan nilai bagi pemangku kepentingan dan membangun lingkungan yang ideal untuk bekerja.

2. **Falsafah Perusahaan**

- Kami percaya bahwa kebebasan untuk memperdebatkan dan mendiskusikan ide, pendapat dan usul adalah kunci bagi keputusan terbaik.
- Kami berbicara dan bertindak berdasarkan data.
- Kami tumbuh pesat berkat integritas dan selalu mengupayakan hasil cemerlang dalam segala sesuatu yang kami hasilkan.

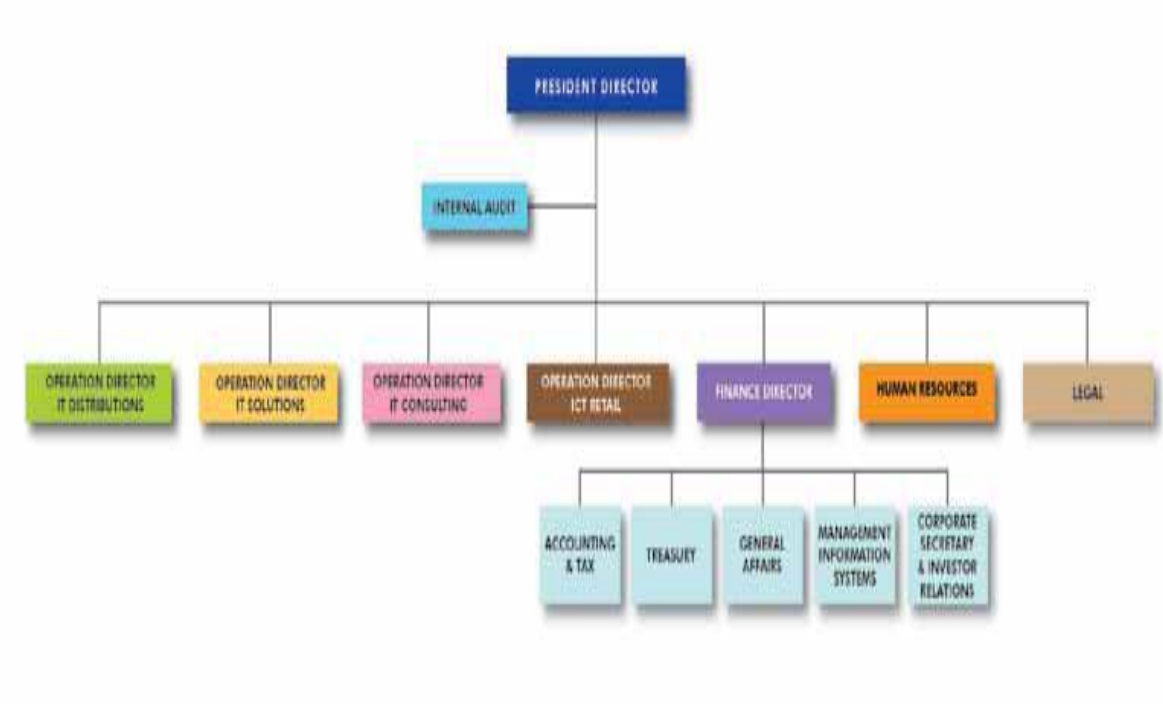
4.1.1.2 Struktur Organisasi PT.Metrodata Electronics Tbk

Sebagai perusahaan yang berkembang pesat, struktur perusahaan METRODATA pun berkembang secara dinamis. Untuk mengakomodasi tuntutan bisnis dan aspek legal, manajemen METRODATA menggunakan Struktur Manajemen yang disusun berdasarkan kebutuhan internal perusahaan agar bisnis yang dijalankannya dapat lebih fokus dan saling menunjang. Dalam Struktur Manajemen, perusahaan menggabungkan unit-unit bisnis yang punya korelasi ke dalam satu bagian sehingga lebih efisien untuk melayani kebutuhan pelanggan.

Manfaat dari adanya struktur organisasi yaitu :

1. Karyawan dapat melihat secara jelas kedudukan dalam organisasi.
2. Menggambarkan jenjang karir yang jelas.
3. Memberikan informasi yang jelas siapa yang bertanggung jawab kepada apa/bidang apa.
4. Memperlihatkan fungsi yang ada.

Berikut ini adalah struktur kepemilikan Perseroan dalam anak perusahaan dan perusahaan afiliasi:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT.Metrodata Electronics Tbk

(Sumber:www.metrodata electronics.co.id)

4.1.1.3 Uraian Tugas PT.Metrodata Electronics Tbk

A. Presiden Direktur

Tugas dan tanggung jawab dari presiden Direktur adalah :

a. Menentukan garis pokok kebijaksanaan yang akan di ambil pada PT.Metrodata Electronics Tbk.
b. Menjalankan Koordinasi dan pengawasan terhadap kegiatan-kegiatan yang di jlankan oleh perusahaan.
c. Melakukan prngawasan terhadap semua tindakan yang dilakukan oleh semua bawahannya.

B. Internal audit

Auditor internal tidak diperkenankan untuk menerima tanggung jawab atas fungsi-fungsi atau tugas-tugas non-audit yang secara periodik menjadi objek penilaian audit internal. Jika mereka harus menjalankan tanggung jawab atau tugas dimaksud, dengan sendirinya pada saat itu mereka sedang tidak berfungsi sebagai auditor internal. Sifat dari internal auditing adalah kegiatan penilaian yang tidak memihak dalam suatu organisasi untuk mengadakan audit di dalam suatu akuntansi yang diperlukan perusahaan, audit keuangan dan operasi lainnya yang merupakan dasar untuk membantu manajemen.

Tim yang melaksanakan fungsi auditing di dalam perusahaan disebut internal auditor, internal auditor mempunyai status sebagai pegawai melakukan audit mempunyai status sebagai pegawai perusahaan, keberhasilan tugas internal auditor ditentukan dari kecakapannya dalam memanfaatkan setiap informasi yang ada, yang berhubungan dengan kegiatannya. Guna menjamin hasil kerja dari

bagian perlu diperhatikan kualifikasi yang baik dari pegawai bagian internal audit tersebut.

Cakupan dari Penugasan Internal Audit adalah assurance, yang tercermin dari kegiatan audit internal dan consulting activity, yang tercermin dari kegiatan pengembangan Standard Operating Procedure (SOP). Didalam melaksanakan kedua tugas utama tersebut, unsur-unsur utama yang menjadi perhatian adalah Manajemen Risiko, Kontrol, dan Tata Kelola Perusahaan.

Untuk menunjang perkembangan bisnis yang sangat dinamis, maka dibutuhkan ketersediaan Internal Auditor yang kompeten dan berstandar tinggi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, Perseroan senantiasa melakukan pengembangan dan pelatihan terhadap semua Internal Auditor nya.

Tugas dan tanggung jawab Internal audit adalah :

a. Merencanakan dan mengawasi serta mengkoordinir pelaksanaan kegiatan pemasaran
b. Merencaranakan kegiatan penelitian pasar guna mendapatkan data tentang tingkat kebutuhan konsumen dan tingkat persaingan.
c. Menentukan kebijakan dan strategi pemasaran perusahaan yang mencakup produk,harga,pendistribusian.

C. Financial Director

Bertanggung jawab untuk mengarahkan penanggulanan berbagai jenis risiko financial (financial risk management) yang dihadapi perusahaan, melakukan koordinasi aktifitas di Direktorat Keuangan, mengkoordinasi aktifitas sinergi untuk mencapai hasil bisnis yang optimal dari pelaksanaan seluruh usaha perusahaan.

D. Human Resource

Selain itu tugas dari divisi SDM adalah memberikan pelatihan kepada karyawan agar menjadi karyawan yang berkualitas bagi perusahaan. Selain itu bertanggung jawab pula pada kemajuan perusahaan berdasarkan karyawan yang dihasilkan dari proses pelatihan tersebut. Untuk memperkuat dukungan terhadap seluruh bisnis Perusahaan, Divisi SDM juga melakukan perubahan struktur organisasi dengan menempatkan satu orang yang khusus menangani rekrutmen dan satu orang lagi khusus menangani urusan kompensasi dan benefit. Hal ini dilakukan untuk membuat pekerjaan di Divisi SDM lebih efisien dan agar lebih bisa mengakomodir kebutuhan Perusahaan akan sumber daya yang cakap.

E. Legal

Dalam hukum perdata, istilah "orang" selain diartikan orang perorangan bisa juga berarti badan hukum**.** Dalam pengertian orang perorangan, hukum memandang seseorang sebagai mahluk biologis. Dalam perjanjian, orang perorangan tersebut tampil mewakili dirinya sendiri. Secara pribadi orang itu (atau orang yang diwakilinya dengan kuasa) bertanggung jawab atas segala hak dan kewajiban yang muncul dari perjanjian yang ditandatanganinya.

Meskipun suatu perjanjian yang dibuat oleh badan hukum ditandatangani oleh Direktur), namun dalam perjanjian tidak mewakili dirinya sendiri, melainkan mewakili perusahaan sebagai sebuah *legal entity*. Ia menandatangani perjanjian itu untuk dan atas nama perusahaannya, sehingga segala hak dan kewajiban yang muncul tidak mengikatnya secara pribadi melainkan mengikat badan hukum perusahaan yang diwakilinya.

Orang yang dapat mewakili perusahaan pada prinsipnya adalah orang yang diberi hak oleh undang-undang untuk mewakili perusahaan itu. Menurut Undang-undang Perseroan Terbatas (UU No. 40 Tahun 2007), Direksi mempunyai hak untuk mewakili badan hukum Perseroan Terbatas baik di dalam maupun di diluar pengadilan – termasuk menandatangani perjanjian atas nama perusahaan.

Selain Direksi, pihak-pihak lain juga dapat menandatangani perjanjian atas nama badan hukum Perseroan Terbatas selama orang itu mendapatkan kuasa dari Direksi. Misalnya, seorang Manajer Sumber Daya Manusia dapat menandatangani perjanjian kerja dengan para karyawan suatu perusahaan selama tindakannya itu berdasarkan kuasa yang diberikan oleh Direksi – yang biasanya sudah tercantum dalam surat tugasnya ketika diangkat sebagai manajer. Semua perjanjian kerja yang dibuatnya atas nama perusahaan dengan demikian mengikat perusahaan yang diwakilinya.

4.1.1.4 Aspek kegiatan perusahaan

Saat ini Perseroan merupakan salah satu Perseroan teknologi informasi dan komunikasi terkemuka di Indonesia dan bermitra dengan perusahaan teknologi informasi kelas dunia, di antaranya adalah Adobe, Alcatel-Lucent, Altiris, APC, ASUS, Autodesk, Bank Trade, BigFix, Blue Coat, BMC Software, CheckPoint, Cisco Systems, Citrix Systems, DELL, EMC, Emerson Network Power, EPSON, F5, Fujitsu, Hitachi Data Systems, Hewlett-Packard, ISS, IBM, Infor Global.

Solutions, Ironport, JDA Software, K2, Lenovo, Microsoft, mySPSSolution, Netscout, NetApp, Nucleus Software, Oracle-Sun, Pearson VUE, Prometric, RSA Security, SAP, Salesforce.Com, Strategic Partner Solution,

Symantec, Software AG-webMethods, S1 Postilion, Trend Micro, vmWare, dan WebMethods.

Di tahun 2008, Perseroan mengakuisisi Soltius Asia Pte Ltd, yang merupakan perusahaan konsultan SAP yang sudah mapan. Soltius Asia Pte Ltd adalah pemilik PT Soltius Indonesia, Soltius Australia Pty Ltd., dan Soltius Thailand Ltd yang kini telah menjadi salah satu perusahaan anak dalam kelompok METRODATA. Akuisisi ini sangatlah penting karena membuka pintu bagi Perseroan untuk bersaing dengan mitra-mitra SAP lainnya di segmen *enterprise.*

Perseroan juga membeli sebesar 37,21% kepemilikan saham PT Xerindo Teknologi, sebuah perusahaan dengan keahlian di bidang perencanaan radio, instalasi, pengujian/*commisioning*, perawatan dan sebagainya.Di awal tahun 2011, Perseroan memperkenalkan usaha patungan anak perusahaan, PT Metrodata E Bisnis ("MEB") dengan Synnex Technology International Corp ("Synnex"), sebuah perusahaan Taiwan. Synnex adalah pemain ketiga terbesar di dunia (dan terbesar di Asia) dalam bisnis distribusi produk teknologi informasi. Synnex juga dikenal dengan sistim pengendalian robotnya yang canggih, bisnis distribusi telepon selular dan memiliki hubungan yang baik dengan para pemasok.

Di tahun 2010, dalam kontes pemilihan "The Most Powerful Companies" Per Sektor Industri di Majalah Warta Ekonomi, Perseroan berhasil menempati urutan Pertama untuk kategori sektor Trade, Service & Investment dalam sub sektor Computer and Services. Tahun 2009, Perseroan mendapat Ranking 1 Sektor Elektronika serta peringkat 11 dari Seluruh Emiten Tahun 2009 versi Majalah Investor. Sedangkan di tahun 2008, Perseroan menerima penghargaan

sebagai The Best Listed Company 2008 - Emiten Dengan Kinerja Terbaik Sektor Elektronika yang diberikan oleh Majalah Investor dan Globe Media Group.

Secara garis besar kegiatan Perseroan pada saat ini dibagi menjadi tiga unit bisnis utama yakni Bisnis Distribusi TI (PT. Metrodata E Bisnis) yang menangani bidang usaha distribusi TI*;* Bisnis Solusi TI (PT. Mitra Integrasi Informatika) yang menyediakan solusi lengkap mulai dari *design*, implementasi, *support*, *managed services* dan pelatihan; Bisnis Konsultasi TI (PT. Soltius Indonesia) yang menawarkan keahlian dalam bidang solusi bisnis transformasional dan jasa konsultasi, serta *Bisnis Information & Communication Technology Retail (PT. My Icon Technology)* yang menyediakan produk-produk ICT secara ritel dan langsung kepada konsumen selaku pengguna akhir.

Adapun uraian mengenai aspek kegiatan PT. Metrodata Electronic Tbk :

A. Distributor

PT. Metrodata e-Bisnis (MEB) adalah anak perusahaan kelompok usaha METRODATA yang didirikan sebagai bagian dari strategi bisnis METRODATA yaitu sebagai *distributor* produk-produk Teknologi Informasi (TI) kelas dunia.

Sebagai *distributor*, MEB mendistribusikan berbagai produk TI kepada agen, *dealer* atau *reseller* dalam jumlah besar (grosir) melalui enam sentra distribusi di Jakarta, Bandung, DIY, Surabaya, Medan dan Makassar.

Selain mendistribusikan produk-produk TI merek dunia, MEB juga memasarkan produk merek METRODATA sendiri yaitu ION. Rangkaian produk ION yang ditawarkan oleh MEB adalah ION *Personal Computers (PC), Notebook, Servers* dan *Media Center*. Sertifikasi NTSL *(National Software*

Testing Laboratories) yang diperoleh ION adalah bukti kompatibilitas ION terhadap berbagai piranti lunak aplikasi. Selain itu di sisi produksi, ION telah mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2008 untuk standar kualitas dan sistem manajemen, ISO 14001:2004 untuk sistem manajemen lingkungan dan OHSAS 18001:2007 untuk keselamatan dan kesehatan kerja.

Di samping itu, MEB juga meningkatkan jumlah mitra bisnis dalam upaya memperluas penguasaan pasarnya dengan program-program loyalitas yang berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan penghargaan kepada para mitra MEB. Program-program tersebut ditujukan untuk memberi penghargaan pada mitra kerja MEB sekaligus untuk membangun komunitas *reseller* dan mempertahankan hubungan yang erat antara MEB dan para mitranya.

B. Certified Training Center

PT. Mitra Integrasi Informatika (MII) memiliki divisi pelatihan yang dikenal dengan nama *Certified Training Center (CTC).* Dengan memanfaatkan pengalaman yang luas selama ini, CTC terus mengembangkan dan menambah program pelatihan teknologi informasi terbaru bersertifikasi Internasional yang ditujukan bagi para profesional TI dan masyarakat.

CTC telah meraih berbagai pengakuan dan penghargaan, dan telah ditunjuk sebagai pusat pelatihan resmi untuk sejumlah vendor TI dunia terkenal. Saat ini, CTC merupakan *BMC Software Approved Education Partner, Microsoft Gold Certified Partner Learning Solutions (CPLS), Oracle Approved Education, Authorized Sun Microsystems Education Center (ASEC)* dan *Authorized Pearson VUE and Prometric Testing Center.*

Walau memiliki tempat pelatihan sendiri yang cukup besar dan berfasilitas lengkap di Wisma Metropolitan I, Jl. Jend. Sudirman, Jakarta, CTC juga menawarkan kemudahan bagi pelanggannya untuk menjalankan pelatihan di lokasi pelanggan, atau tempat lain yang disediakan oleh pelanggan.

Kami selalu mengutamakan kualitas kurikulum dan proses pengajarannya. Dengan demikian transfer pengetahuan kepada para peserta dapat dicapai secara optimal. Para instruktur profesional CTC melaksanakan pelatihan melalui metode-metode yang bersahabat, dan menggunakan pendekatan kasus yang sering dijumpai oleh para peserta.

Untuk mengoptimalkan pencapaian hasil pelatihan para peserta, kami memberi kesempatan kepada para peserta pelatihan untuk berkomunikasi dan berkonsultasi apabila dalam implementasi di lapangan menemui permasalahan berkaitan dengan materi pelatihan yang pernah diikuti.

Sebagai *Authorized Pearson VUE* dan *Prometric Testing Center,* kami menerima permintaan ujian sertifikasi internasional untuk seluruh produk-produk *software/hardware* dari vendor-vendor utama di dunia.

C. Systems Integrator (MII)

PT. Mitra Integrasi Informatika (MII) merupakan garda terdepan bisnis solusi informatika kelompok usaha METRODATA. Misi MII adalah untuk memberikan solusi teknologi informasi yang terintegrasi dengan nilai tambah yang maksimal. Secara konsisten MII memfokuskan pelayanannya bagi pelanggan korporasi skala *enterprise* di berbagai sektor industri maupun pasar UKM. MII telah berpartner dengan vendor solusi TI di area hardware, software dan services. MII menyediakan layanan dan dukungan kepada pelanggan mulai dari tahap

konsultasi, disain dan implementasi, pemeliharaan dan *IT managed services.* Dukungan yang diberikan antara lain solusi di bidang:

a. **System and Network Integration Services:** disain dan implementasi arsitektur infrastruktur TI, Multi-Platform Integration Systems, Server & Storage Consolidation, Network design, back-up dan recovery.

b. **Business Application Implementation & Development Services:** Enterprise Resource Planning, Customer Relationship Management, Supply Chain Management, Workflow & Business Process Management, Knowledge Management, Portal.

c. **Business Technology Insight:** Data Warehousing, Business Intelligence, Enterprise Performance Management, Business Service Management.

d. **IT Managed Services:** Service Management (call center, heldesk), Infrastructure Management (Desktop Management, Network Management, System/Datacenter Management Services) dan Application Management Services (ERP, HR, Microsoft Office, dll).

Selain itu, beberapa SDM MII saat ini telah memiliki sertifikasi Internasional. Penerapan standar internasional pada proses kerja serta didukung lebih dari 100 profesional berpengalaman memberikan jaminan tingginya tingkat kepuasan pelanggan pada mutu dan layanan yang diberikan MII.

Ketentuan layanan dan dukungan PT.Metrodata Electronics Tbk.

Dalam menjalankan program layanan dan dukungannya, METRODATA berpatokan pada sejumlah ketentuan. Berikut ini merupakan ketentuan layanan dan dukungan yang diberlakukan METRODATA terhadap produk-produk yang dijualnya.

Hal: Tanggal Garansi Berakhir

METRODATA menyimpan data tanggal berakhirnya garansi dan bilamana tanggal tersebut tidak sama dengan tanggal pembelian, maka yang berlaku adalah tanggal garansi berakhir yang telah ditetapkan oleh METRODATA.

I. Umum

Lama garansi bebas biaya suku cadang adalah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pabrik/prinsipal produk tersebut.

II. Garansi hanya berlaku untuk kondisi

Kerusakan yang terjadi atau diklaim adalah dikarenakan kesalahan fungsi/pabrik dalam pemakaian normal.

III. Garansi batal untuk kondisi

- Stiker segel garansi pada produk rusak/sobek.
- Kerusakan unit disebabkan oleh peralatan lain yang ditambahkan/dihubungkan pada produk seperti *Interface Card (LAN, Multi I/O* dsb).
- Kerusakan unit yang disebabkan oleh:

  - Terkena cairan.

- Kemasukan binatang/serangga.

- Pemakaian tidak sesuai dengan buku petunjuk.

- Terjatuh atau terbentur selama dalam perjalanan.

IV. Ruang lingkup Garansi

- Garansi tidak termasuk perangkat lunak dan barang-barang yang habis dipakai seperti pita *(ribbon)*, baterai, *toner*, foto konduktor, tinta, lampu dan lain-lain.
- Jika ada biaya pengiriman/transportasi akan dibebankan kepada konsumen.
- Garansi hanya mencakup bagian-bagian perangkat keras dari konfigurasi standar yang dijual METRODATA.
- Garansi tidak termasuk asuransi kerugian apabila terjadi keadaan *force majeure*/huru-hara, bencana alam dan demonstrasi.

Cabang-cabang METRODATA

Lokasi	Telepon	Faksimili
Medan	(061) 455 8068	
Jakarta	(021) 571 1111 (021) 6230 1900, 6230 1890	(021) 571 2493 (021) 6230 1929
Bandung	(022) 421 0425	(022) 423 7280
Surabaya	(031) 547 4218, 547 4217	(031) 534 7139, 534 4216
Yogyakarta	(031) 534 7139, 534 4216	(0274) 554 929

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Hasil Analisis Kualitatif

4.2.1.1. Perkembangan Volume Penjualan, Biaya Produksi dan Laba Bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

Penelitian ini dilakukan pada PT.Metrodata Electronics Tbk selama periode tahun 2002-2009 menggunakan data tahunan. Sebelum membahas pengaruh volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih, terlebih dahulu akan dibahas perkembangan volume penjualan, biaya produksi, dan laba bersih perusahaan selama periode 2002-2009.

4.2.1.2 Analisis Perkembangan Volume Penjualan pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

Volume penjualan diukur dari total penjualan bersih perusahaan. Semakin besar volume penjualan dari suatu perusahaan menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan akan meningkat.

Indikator yang digunakan untuk mengukur berapa banyak volume penjualan dengan rumus :

Volume penjualan= Kuantitas atau Total penjualan.

Dari hasil penelitian diperoleh gambaran rasio volume penjualan pada PT.Metrodata Electronics Tbk sebagai berikut.

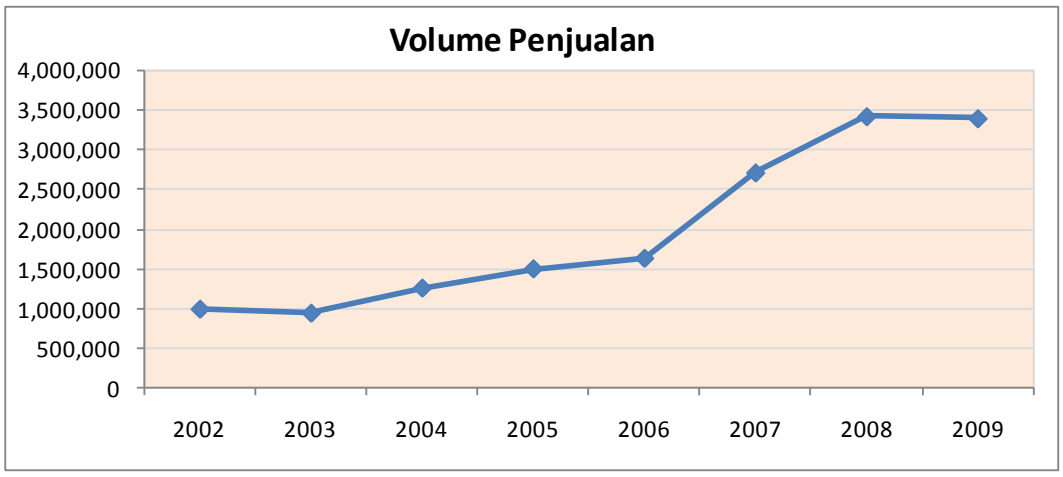
Tabel 4.1

Perkembangan Volume Penjualan Pada PT.Metrodata Electronics Tbk

(Dalam Jutaan)

Tahun	Volume Penjualan	Perkembangan
2002	994,803	
2003	944,300	-50,503
2004	1,260,770	316,470
2005	1,503,906	243,136
2006	1,636,282	132,376
2007	2,712,987	1,076,705
2008	3,422,200	709,213
2009	3,396,917	-25,283
Rata-Rata		**343,159**

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat digambarkan perkembangan biaya produksi secara keseluruhan selama periode 2002-2009 dalam bentuk grafik sebagai berikut :



Grafik 4.2

Perkembangan Volume penjualan PT.Metrodata Electronics Tbk

Penjelasan mengenai Volume penjualan dari tabel dan grafik diatas diuraikan sebagai berikut:

1. Pada tahun 2002 jumlah volume penjualan sebesar 994,803 juta rupiah.
2. Pada tahun 2003 jumlah volume penjualan sebesar 944,300 juta rupiah**.** Volume penjualan pada tahun ini mengalami penurunan sebesar -50,503 dari tahun sebelumnya. Data yang diperoleh memperlihatkan adanya penurunan penjualan pada PT Metrodata Electronics Tbk sepanjanga tahun 2003. Penurunan penjualan pada tahun 2003 tersebut disebabkan karena pihak PT metrodata electronics Tbk kurangnya melakukan berbagai macam promosi kepada masyarakat akibatnya penjualan pada tahun 2003 mengalami penurunan.
3. Pada tahun 2004 jumlah volume penjualan **s**ebesar 1,260,770 juta rupiah. Pada tahun 2004 volume penjualan mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 316,470 juta rupiah. Peningkatan yang terjadi pada tahun ini disebabkan penjualan mengalami keanikan dr tahun sebelumnya.
4. Pada tahun 2005 jumlah volume penjualan sebesar 1,503,906 juta rupiah. Jumlah volume penjualan pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 243,136 juta rupiah. Peningkatan yang terjadi tidak jauh berbeda dengan tahun sebelumnya. Peningkatan ini disebabkan selain promosi yang terus dilakukan juga karena pihak PT Metrodata Electronics terus berupaya memberikan pelayanan jasa terbaik kepada pelanggannya.
5. Pada tahun 2006 jumlah volume penjualan sebesar 1,636,282 juta rupiah. Pada tahun ini terjadi peningkatan sebesar 132,376 juta rupiah. Data yang diperoleh memperlihatkan adanya kenaikan penjualan di tahun 2006 sebesar 8,8% di bandingkan tahun buku 2005.

6. Pada tahun 2007 jumlah volume penjualan sebesar 2,712,987 juta rupiah. Jumlah volume penjualan pada tahun ini juga mengalami kenaikan sebesar 1,076,705 juta rupiah.Data yang diperoleh memperlihatkan kenaikan ini dikarenanakan penjualan meningkat dan pertumbuhan ekonomi juga meningkat sebesar 6.32%.
7. Pada tahun 2008 jumlah volume penjualan sebesar 3,422,200 juta rupiah. jumlah pada tahun ini mengalami kenaikan yang cukup besar sebesar 709,213 juta rupiah. Data yang diperoleh memperlihatkan kenaikan yang terjadi disebabkan manajemen PT Metrodata Electronics terus menerus melakukan promosi pada produk-produk terbaru
8. Pada tahun 2009 jumlah volume penjualan sebesar 3,396,917 juta rupiah. Jumlah pada tahun ini mengalami penurunan sebesar -25,283. Data yang diperoleh penurunan ini terjadi disebabkan mengalami kondisi global yang kurang menguntungkan di tahun ini sebagai dampaknya dari krisis finansial yang terjadi di amerika serikat sehingga imbasnya penjualan menurun.

Pada grafik terlihat dapat dilihat volume penjualan PT.Metrodata Electronics Tbk cenderung meningkat selama periode tahun 2002 hingga tahun 2009. Hanya pada tahun 2003 dan tahun 2009 volume penjualan PT.Metrodata Electronics Tbk sempat mengalami penuruan. Namun penurunan ini tidak begitu besar bila dibandingkan dengan kenaikan yang terjadi. Kenaikan yang paling besar terjadi pada tahun 2008 yaitu mencapai 3.422,200 juta rupiah. hal ini sesuai teori Efendi (2000) yaitu jika harga naik maka penawaran akan naik, dan sebaliknya jika harga turun penawaran juga akan turun.

4.2.1.3 Perkembangan Biaya Produksi PT.Metrodata Electronics Tbk.

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam mengolah bahan baku menjadi produk yang siap jual. Semakin tinggi biaya produksi akan mengurangi keuntungan perusahaan. Dari hasil penelitian diperoleh gambaran biaya produksi pada PT.Metrodata Electronics Tbk sebagai berikut:

Biaya Produksi =

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

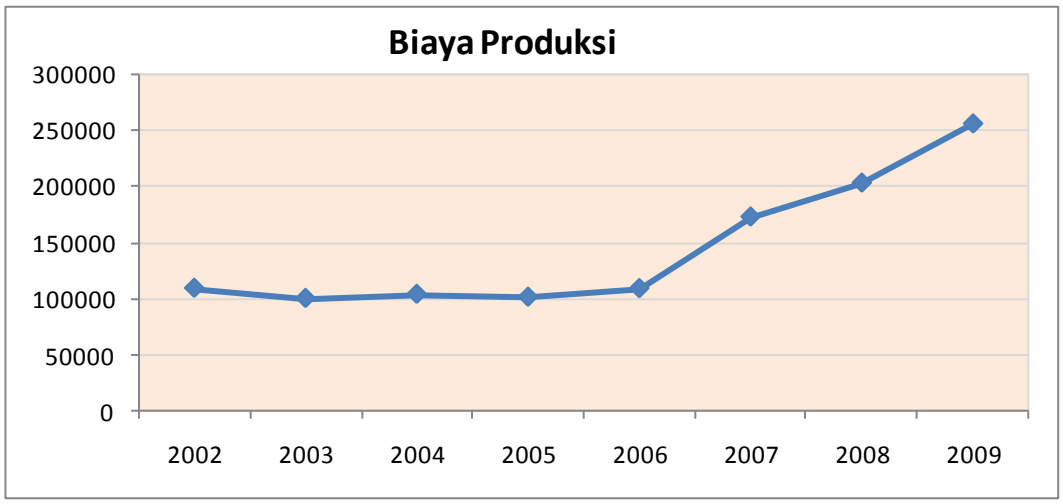
Tabel 4.2

Perkembangan Biaya produksi Pada PT.Metrodata Electronics Tbk

(Dalam Jutaan)

Tahun	BBB	BTKL	BOP	Biaya Produksi	Perkembangan
2002	36,334	56,337	16,336	109,002	
2003	26,331	52,337	21,234	99,998	-9,004
2004	33,243	43,211	27,211	103,653	3,655
2005	44,211	33,231	24,101	101,095	-2,558
2006	63,411	23,421	22,031	108,739	7,644
2007	72,211	54,321	46,101	172,476	63,737
2008	99,831	73,332	29,291	202,694	30,218
2009	108,821	82,119	64,424	255,362	52,668
Rata-Rata					**20,909**

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat digambarkan perkembangan biaya produksi secara keseluruhan selama periode 2002-2009 dalam bentuk grafik sebagai berikut :



Grafik 4.2

Perkembangan Biaya produksi Pada PT.Metrodata Electronics Tbk

Penjelasan mengenai biaya produksi dari tabel dan grafik diatas diuraikan sebagai berikut:

1. Pada tahun 2002 jumlah biaya produksi sebesar 109,002 juta rupiah.
2. Pada tahun 2003 jumlah biaya produksi sebesar 99,998 juta rupiah. Biaya produksi pada tahun ini mengalami penurunan sebesar -9,004 dari tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan adanya penurunan Biaya Bahan baku dan Biaya *Advertising*.
3. Pada tahun 2004 jumlah biaya produksi **s**ebesar 103,653 juta rupiah. Pada tahun 2004 biaya produksi mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 3,655 juta rupiah. hal ini disebabkan adanya peningkatan biaya bahan baku.
4. Pada tahun 2005 jumlah biaya produksi sebesar 101,095 juta rupiah. Jumlah biaya produksi pada tahun ini mengalami penurunan sebesar -2,558 juta rupiah. Hal ini disebabkan adanya penurunan *controllable expense*.

5. Pada tahun 2006 jumlah biaya produksi sebesar 108,739 juta rupiah. Jumlah biaya produksi pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 7,644 juta rupiah. Hal ini disebabkan adanya peningkatan biaya bahan baku dikarenakan banyaknya produk baru.
6. Pada tahun 2007 jumlah biaya produksi sebesar 172,476 juta rupiah. Jumlah biaya produksi pada tahun ini mengalami peningkatan yang cukup besar sebesar 63,737 juta rupiah. Hal ini disebabkan Adanya peningkatan karyawan.
7. Pada tahun 2008 jumlah biaya produksi sebesar 202,694 juta rupiah. Jumlah biaya produksi pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 30,218 juta rupiah.Disebabkan adanya peningkatan bahan baku untuk promosi.

Pada grafik terlihat biaya produksi tertinggi terjadi pada tahun 2009, yaitu mencapai 255,362 juta rupiah,disebabkan banyaknya produk-produk yg di minati sehingga bahan baku meningkat.pada tahun 2003 yaitu hanya mencapai 99,998 juta rupiah. disebabkan adanya penurunan Biaya Bahan baku dan Biaya Advertising. hal ini sesuai teori adam smith yaitu menyatakan bahwa permintaan naik atau jumlah jumlah penawaran turun maka nilai barang akan naik.

4.2.1.4 Perkembangan Laba Bersih PT.Metrodata Electronics Tbk.

Laba bersih merupakan jumlah keuntungan yang didapat perusahaan atas aktivitas usahanya. Perolehan laba bersih sangat ditentukan oleh penjualan perusahaan. Semakin tinggi penjualan perusahaan diperkirakan akan semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan. Berikut perkembangan laba bersih yang diperoleh PT.Metrodata Electronics Tbk selama periode tahun 2002-2009.

Laba bersih= laba sebelum pajak – pajak penghasilan

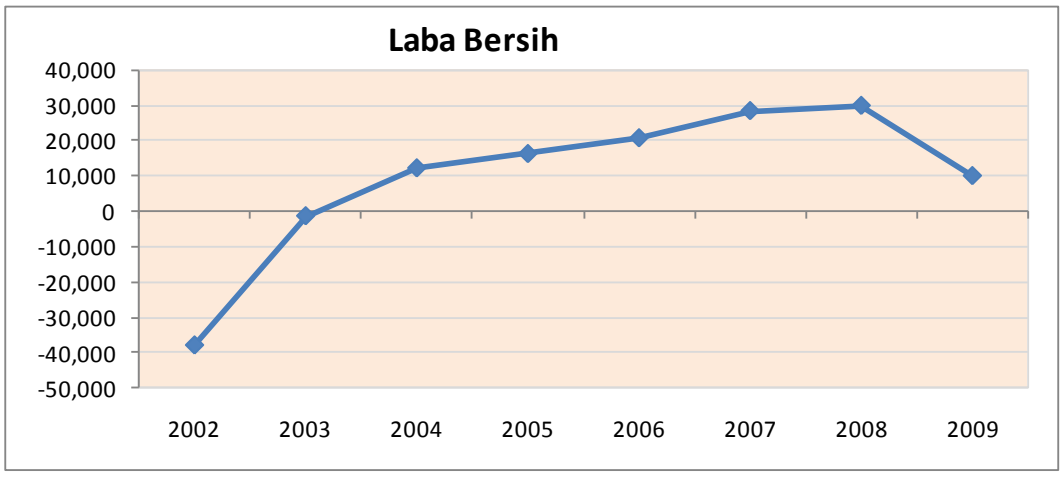
Tabel 4.3

Perkembangan Laba Bersih PT.Metrodata Electronics Tbk

(Dalam jutaan)

Tahun	Laba Bersih	Perkembangan
2002	-37,935	
2003	-1,314	36,621
2004	12,253	13,567
2005	16,307	4,054
2006	20,776	4,469
2007	28,480	7,704
2008	29,956	1,476
2009	10,065	-19,891
Rata-Rata		**6,857**

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat digambarkan perkembangan biaya produksi secara keseluruhan selama periode 2002-2009 dalam bentuk grafik sebagai berikut :



Grafik 4.3

Perkembangan Laba bersih PT.Metrodata Electronics Tbk

Penjelasan mengenai laba bersih dari tabel dan grafik diatas diuraikan sebagai berikut:

1. Pada tahun 2002 jumlah laba bersih sebesar -37,935 juta rupiah.
2. Pada tahun 2003 jumlah laba bersih sebesar -1,314 juta rupiah. Laba bersih pada tahun ini mengalami penurunan sebesar 36,621 dari tahun sebelumnya. disebabkan adanya penjualan yang menurun, dan biaya produksi mengalami kenaikan.
3. Pada tahun 2004 jumlah laba bersih sebesar 12,253 juta rupiah. Laba bersih pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 13,567 dari tahun sebelumnya. peningkatan ini terjadi pada tahun ini penjualan mengalami kenaikan dan banyak perusahaan melakukan promosi sehingga penjualan meningkat.
4. Pada tahun 2005 jumlah laba bersih sebesar 16,307 juta rupiah. Laba bersih pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 4,054 dari tahun sebelumnya. peningkatan ini terjadi pada tahun ini pihak PT. Metrodata Electronics banyak memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya.
5. Pada tahun 2006 jumlah laba bersih sebesar 20,776 juta rupiah. Laba bersih pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 4,469 dari tahun sebelumnya. peningkatan ini terjadi pada tahun ini penjualan yang terus menerus meningkat.
6. Pada tahun 2007 jumlah laba bersih sebesar 28,480 juta rupiah. Laba bersih pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 7,704 dari tahun sebelumnya. peningkatan ini terjadi pada tahun ini penjualan yang terus meningkat dan banyak nya promosi.
7. Pada tahun 2008 jumlah laba bersih sebesar 29,956 juta rupiah. Laba bersih pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,476 dari tahun sebelumnya.

peningkatan ini terjadi pada tahun ini penjualan yang terus meningkat dan banyak nya promosi produk-produk terbaru PT metrodata electronics.

9. Pada tahun 2009 jumlah laba bersih sebesar 10,065 juta rupiah.laba bersih pada tahun ini mengalami penurunan yang sangat besar -19,891 juta rupiah. Disebabkan Data yang diperoleh penurunan ini terjadi disebabkan mengalami kondisi global yang kurang menguntungkan di tahun ini sebagai dampaknya dari krisis finansial yang terjadi di amerika serikat sehingga imbasnya penjualan menurun.

Pada grafik terlihat laba bersih tertinggi yang diperoleh PT.Metrodata Electronics Tbk terjadi pada tahun 2008, yaitu mencapai 29956 juta rupiah, di sebabkan pejualan yang terus meningkat dan biaya produksi seimbang sehingga laba meningkat.sebaliknya laba bersih terendah diperoleh pada tahun 2002, yaitu mengalami kerugian hingga 37,935 juta rupiah. Di sebabkan perusahaan kurangnya melakukan promosi sehingga penjualan menurun dan biaya produksi yang terus meningkat sehingga laba menurun. Hal ini sesuai teori Mulyadi (2001:513) mengatakan bahwa Ketika produksi dan penjualan sama, laba bersih opersioanal akan sama secara umum baik.

4.2.2 Analisis Kuantitatif

4.2.2.1 Analisis Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih.

Setelah diuraikan gambaran data masing-masing variabel penelitian, selanjutnya diuji pengaruh volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih, baik secara simultan maupun secara parsial. Pengujian akan dilakukan melalui tahapan sebagai berikut; Pengujian uji asumsi klasik, analisis regresi linier

berganda, koefisien korelasi parsial, koefisien determinasi serta pengujian hipotesis. Pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan software SPSS.18. dan untuk lebih jelasnya akan dibahas berikut ini.

4.2.2.2 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 (9 tahun pengamatan).

1) 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

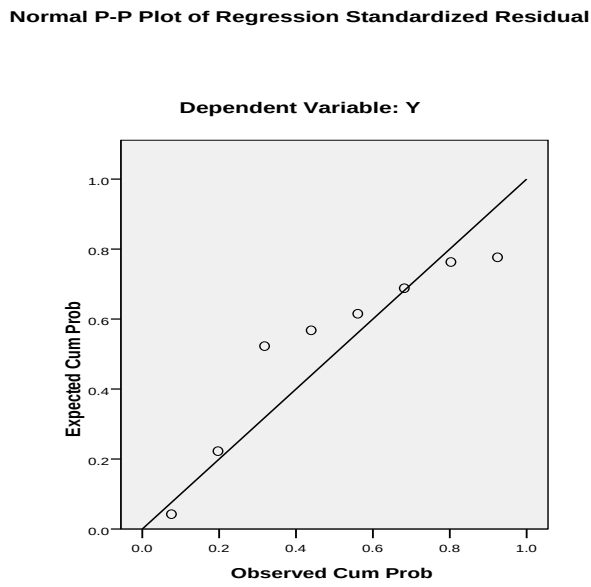
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		8
Normal Parameters [a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11436.70050
Most Extreme Differences	Absolute	.277
	Positive	.184
	Negative	-.277
Kolmogorov-Smirnov Z		.783
Asymp. Sig. (2-tailed)		.572

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada tabel 4.4 dapat dilihat nilai probabilitas (asymp.sig.) yang diperoleh dari uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,572. 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 4.4 berikut



Gambar 4.4

Grafik Normalitas

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

2) 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	.112	8.901
	X2	.112	8.901

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel 4.5 diatas menunjukkan tidak ada 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.

3) 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_error
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	-.190
		Sig. (2-tailed)	.651
		N	8
	X2	Correlation Coefficient	.190
		Sig. (2-tailed)	.651
		N	8

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 (0,651 dan 0,651) masih lebih besar dari 0,05.

4) 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

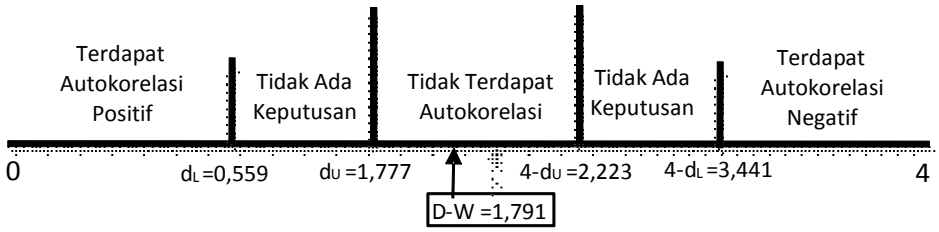
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.851[a]	.725	.615	13532.08652	1.791

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengolahan diperoleh nilai statistik Durbin-Watson (D-W) = 1,791, sementara dari tabel d untuk jumlah variabel bebas = 2 dan jumlah pengamatan n = 8 diperoleh batas bawah nilai tabel (d_L) = 0,559 dan batas atasnya (d_U) = 1,777. Karena nilai Durbin-Watson model regressi (1,791) berada diantara d_U (1,777) dan 4-d_U (2,223), yaitu daerah tidak ada autokorelasi, maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi pada model regressi.



Gambar 4.5
Daerah Kriteria Pengujian Autokorelasi

Setelah keempat asumsi regressi diuji, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis, yaitu pengaruh volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih.

4.2.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih. 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)	10635.480	14551.615		.731	.498
	X1	.049	.015	2.319	3.312	.021
	X2	-.676	.258	-1.837	-2.624	.047

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas dibentuk persamaan regresi linier sebagai berikut :

$Y = 10635{,}480 + 0{,}049\ X_1 - 0{,}676\ X_2$

Dimana :

Y = Laba bersih

X_1 = Volume penjualan

X_2 = Biaya produksi

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 10635,480 juta rupiah menunjukkan rata-rata laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk jika volume penjualan dan biaya produksi sama dengan nol.
2. Volume penjualan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,049 juta rupiah, artinya setiap peningkatan volume penjualan sebesar 1 juta rupiah diprediksi akan meningkatkan laba bersih sebesar 0,049 juta rupiah, dengan asumsi biaya produksi tidak berubah.
3. Biaya produksi memiliki koefisien bertanda negatif sebesar 0,676 juta rupiah, artinya setiap penurunan biaya produksi sebesar 1 juta rupiah diprediksi akan meningkatkan laba bersih sebesar 0,676 juta rupiah dengan asumsi volume penjualan tidak berubah.

4.2.2.4 Analisis Korelasi Parsial

Korelasi parsial digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan masing-masing variabel independen (volume penjualan dan biaya produksi) dengan laba bersih. Melalui korelasi parsial akan dicari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap laba bersih ketika variabel independen lainnya dianggap konstan.

a. Korelasi Volume Penjualan Dengan Laba Bersih Ketika Biaya Produksi Tidak Berubah

Koefisien korelasi antara volume penjualan dengan laba bersih ketika biaya produksi tidak berubah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9

Koefisien Korelasi Parsial Volume penjualan Dengan Laba bersih

Correlations

Control Variables			Y	X1
X2	Y	Correlation	1.000	.829
		Significance (2-tailed)	.	.021
		df	0	5
	X1	Correlation	.829	1.000
		Significance (2-tailed)	.021	.
		df	5	0

Hubungan antara volume penjualan dengan laba bersih ketika biaya produksi tidak berubah adalah sebesar 0,829 dengan arah positif. Artinya hubungan volume penjualan dengan laba bersih termasuk sangat kuat ketika biaya produksi tidak mengalami perubahan. Ini menggambarkan bahwa ketika volume penjualan meningkat, sementara biaya produksi tidak berubah maka akan meningkatkan laba bersih perusahaan Kemudian besar pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan ketika biaya produksi perusahaan tetap adalah $(0,829)^2 \times 100\% = 68,7\%$.

b. Korelasi Biaya produksi Dengan Laba bersih Ketika Volume penjualan Tidak Berubah

Koefisien korelasi antara biaya produksi dengan laba bersih ketika volume penjualan tidak berubah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10

Koefisien Korelasi Parsial Biaya produksi Dengan Laba bersih

Correlations

Control Variables			Y	X2
X1	Y	Correlation	1.000	-.761
		Significance (2-tailed)	.	.047
		df	0	5
	X2	Correlation	-.761	1.000
		Significance (2-tailed)	.047	.
		df	5	0

Hubungan antara biaya produksi dengan laba bersih ketika volume penjualan tidak berubah adalah sebesar 0,761 dengan arah negatif. Artinya hubungan biaya produksi dengan laba bersih sangat kuat/sangat erat ketika volume penjualan tidak mengalami perubahan. Ini menggambarkan bahwa ketika biaya produksi menurun, sementara volume penjualan tidak berubah maka akan meningkatkan laba bersih perusahaan Kemudian besar pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan ketika volume penjualan perusahaan tetap adalah $(-0,761)^2 \times 100\% = 57,9\%$.

4.2.2.5 Koefisien Korelasi Berganda

Korelasi ganda merupakan angka yang menunjukan kekuatan hubungan antar kedua variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel laba bersih. 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	.851[a]	.725	.615	13532.08652	1.791

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data pada tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi ganda adalah sebesar 0,851 yang berada antara 0,80 - 1,00, artinya volume penjualan dan biaya produksi secara simultan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan laba bersih.

4.2.2.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variabel volume penjualan dan biaya produksi secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba bersih. Untuk nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.11 tepatnya dilihat dari nilai R Square yaitu sebesar 0,725 atau 72,5%, artinya pengaruh volume penjualan dan biaya produksi secara simultan terhadap laba bersih sebesar 72,5%, sedangkan sisanya yaitu 27,5% merupakan pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti perputaran persediaan,pendapatan dan modal usaha.

4.2.2.7 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Selanjutnya untuk menguji apakah terdapat pengaruh volume penjualan, dan biaya produksi terhadap laba bersih maka dilakukan pengujian hipotesis secara simultan yang dapat dilihat dari tabel ANOVA hasil pengolahan SPSS.18. Langkah-langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$: Menunjukkan variabel volume penjualan dan biaya produksi secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$: Menunjukan variabel volume penjualan dan biaya produksi secara simultan berpengaruh terhadap variabel laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar $\alpha = 0{,}05$ atau 5 % dengan derajat kebebasan (k; n-k-1) df= 2;5. Pada tabel F untuk $df_1 = 2$, $df_2 = 5$, maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 5,786.

c. Mencari nilai F_{hitung}

Dengan bantuan software SPSS versi.18, 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	2.4E+009	2	1205333885	6.582	.040[a]
	Residual	9.2E+008	5	183117365.6		
	Total	3.3E+009	7			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6,582.

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

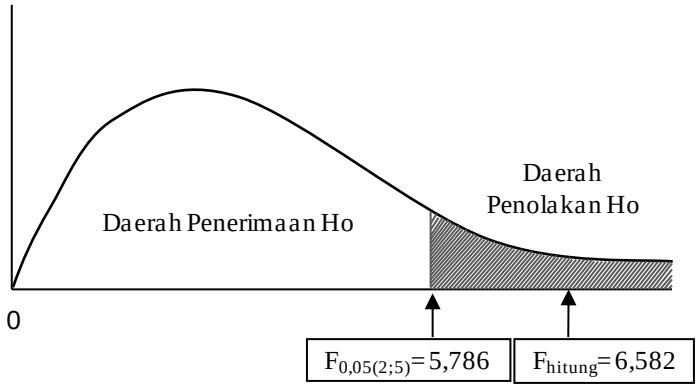
Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak (signifikan)

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

Hasil yang diperoleh dari perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ (6,582 > 5,786), maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak Ho sehingga Ha dapat diterima. Artinya kedua variabel bebas, yang terdiri dari volume penjualan dan biaya produksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Selain itu peneliti juga melakukan pengujian dengan cara melihat tingkat signifikansi yang dapat dilihat pada tabel 4.12.

Dari tabel ANOVA diatas dapat dilihat nilai signifikansi uji F sebesar 0,040, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka keputusan yang diambil dengan tingkat signifikansi adalah Ho ditolak sehingga disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

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



Gambar 4.6

Daerah Penolakan H_0 Pada Pengujian Secara Bersama-sama

e. Pengambilan keputusan hipotesis

Berdasarkan gambar 4.6 diatas dapat dilihat bahwa Ho ditolak, karena F_{hitung} sebesar 6,582 berada pada daerah penolakan Ho, yang berarti bahwa volume

penjualan dan biaya produksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

4.2.2.8 Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Secara Parsial.

Pengujian secara parsial dilakukan untuk menguji 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 2,571 yang diperoleh dari tabel t pada α = 0.05 dan derajat bebas 5 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)	10635.480	14551.615		.731	.498
	X1	.049	.015	2.319	3.312	.021
	X2	-.676	.258	-1.837	-2.624	.047

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.

1) Pengaruh Volume penjualan Secara Parsial Terhadap Laba bersih.

Untuk menguji pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih maka dilakukan pengujian statistik secara parsial dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_1 = 0$: Menunjukan bahwa volume penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Menunjukan bahwa volume penjualan secara parsial berpengaruh terhadap laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar $\alpha = 0{,}05$ atau 5% dengan derajat kebebasan (df= n-k-1) df= 8-2-1= 5, dimana nilai t_{tabel} pengujian dua arah sebesar 2,571.

c. Mencari nilai t_{hitung}

Dengan bantuan software SPSS.15, seperti terlihat pada tabel 4.13 diperoleh nilai t_{hitung} variabel volume penjualan sebesar 3,312

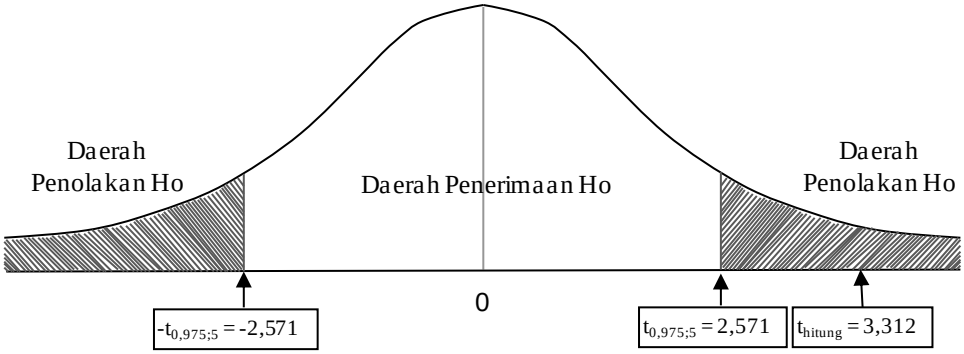
d. Menentukan daerah penerimaan penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan :

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 $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,312 > 2,571), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti volume penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

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



Gambar 4.7

Hasil Uji t Volume penjualan Terhadap Laba bersih

e. Pengambilan keputusan hipotesis

Berdasarkan gambar 4.7 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 3,312 berada pada daerah penolakan Ho, yang berarti bahwa volume penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

2) Pengaruh Biaya produksi Secara Parsial Terhadap Laba bersih.

Untuk menguji pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih maka dilakukan pengujian statistik secara parsial dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis statistik

Hipotesis kedua

$H_0 : \beta_2 = 0$: Menunjukkan bahwa biaya produksi secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

$H_a : \beta_2 \neq 0$: Menunjukkan bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh terhadap variabel laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar $\alpha = 0{,}05$ atau 5 % dengan derajat kebebasan (df= n-k-1) df= 8-2-1= 5, dimana nilai t_{tabel} pengujian dua arah sebesar 2,571.

c. Mencari nilai t_{hitung}

Dengan bantuan software SPSS.18, seperti terlihat pada tabel 4.13 diperoleh nilai t_{hitung} variabel biaya produksi sebesar -2,624.

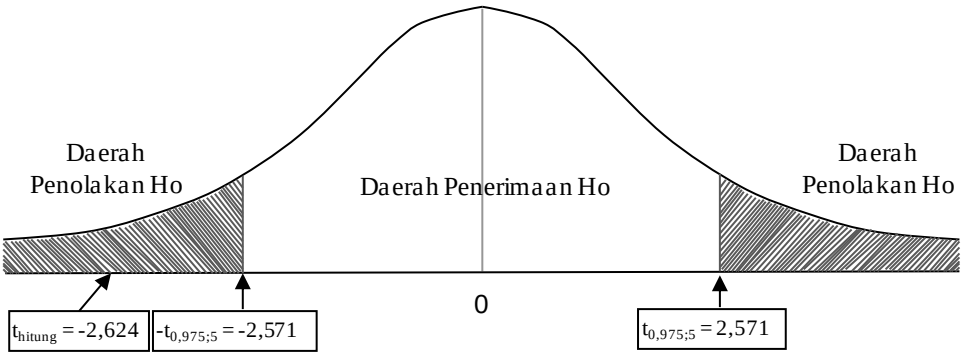
d. Menentukan daerah penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan :

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} < negatif t_{tabel} (-2,624 < -2,571), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

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



Gambar 4.8

Hasil Uji t Biaya Produksi Terhadap Laba bersih

e. Pengambilan keputusan hipotesis

Berdasarkan gambar 4.8 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar -2,624 berada pada daerah penolakan Ho, yang berarti bahwa *biaya produksi* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT.Metrodata Electronics Tbk.

Jadi dapat disimpulkan Biaya produksi secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Laba bersih pada PT Metrodata electronics Tbk. Dengan pengaruh yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis variabel Biaya produksi terhadap laba bersih dalam penelitian ini dapat digeneralisasikan/ diberlakukan umum pada anggota populasi secara keseluruhan, sehingga variabel Biaya produksi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan Laba bersih.

Hal itu disebabkan karena setiap kenaikan/penurunan Volume penjualan tidak selalu di ikuti dengan kenaikan/penurunan Biaya produksi dimana laba bersih cenderung menurun sedangkan biaya produksi cenderung mengalami fluktuasi dalam setiap tahunya selama tahun 2002 sampai dengan tahun 2009. Biaya produksi yang cenderung menurun tersebut disebabkan oleh kurangnya

biaya bahan baku yang dalam perkembangannya cenderung meningkat sehingga laba bersih menurun. Selain itu, adanya krisis global dan persaingannya yang ketat serta adanya penjualan yang menurun dan kurangnya promosi menyebabkan laba bersih menjadi turun.

Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara volume penjualan,biaya produksi terhadap laba bersih hal ini disebabkan semakin tinggi penjualan sertai dikuti biaya produksi yang seimbang maka laba bersih akan meningkat. Artinya hubungan volume penjualan dan laba bersih termasuk sangat kuat ketika biaya produksi tidak mengalami perubahan.dan ketika biaya produksi menurun, selama volume penjualan tidak berubah maka akan meningkatkan laba bersih perusahaan kemudian besar pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan ketika volume penjualan tetap.