

**ANALISIS MARGIN KONTRIBUSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
TINGKAT PENCAPAIAN LABA KOTOR PADA DIVISI PRODUK YANG  
ADA DI PT. INTI KOKOH MAKMUR SEHATI (TOP BANGUNAN)  
KEDIRI TAHUN 2014-2016**

Oleh:

Miratal Khayati

Sri Luayyi

Miladia Kusumaningarti

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri

**ABSTRACT**

*Influence of Contribution Margin (CM) to the achievement of gross profit at PT. IKMS aims to determine the contribution margin of each product division and its effect on the company's gross profit. Analysis technique used is calculate CM and CM ratio. Statistical tool used is multiple correlation test and multiple linear regression with F test and T test (SPSS 16.0). The result of correlation between variables showed a positive relationship. The coefficient of determination of free variables shows 100% figure affects the dependent variable (gross profit). F test results show that all product division contribution margin simultaneously have a positive effect on gross profit. In the T test there are 12 product divisions that partially have a significant positive effect on gross profit, 5 other product divisions are influential but not significantly. In the Beta column (T test) ceramic division shows the highest number (0.419), it means that the contribution margin of ceramic division is the most influential variable that influences the gross profit.*

**ABSTRAK**

Pengaruh Margin Kontribusi (MK) terhadap pencapaian laba kotor pada PT. IKMS bertujuan untuk mengetahui besarnya margin kontribusi masing-masing divisi produk dan pengaruhnya terhadap laba kotor perusahaan. Teknik analisa yang digunakan adalah menghitung MK dan rasio MK. Alat statistik yang digunakan adalah uji korelasi dan regresi linier berganda dengan uji F dan uji T (SPSS 16.0). Hasilnya korelasi antar variabel menunjukkan hubungan yang positif. Koefisien determinasi variabel bebas menunjukkan angka 100% mempengaruhi variabel terikatnya (laba kotor). Hasil uji F menunjukkan semua margin kontribusi divisi produk secara simultan berpengaruh positif terhadap laba kotor. Dalam uji T terdapat 12 divisi produk yang secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap laba kotor, 5 divisi produk lainnya berpengaruh tetapi tidak secara signifikan. Dalam kolom Beta (uji T) divisi keramik menunjukkan angka tertinggi (0,419) artinya margin kontribusi divisi keramik adalah variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap laba kotor.

**Kata kunci: Divisi Produk, Margin Kontribusi, Laba Kotor**

---

## **Pendahuluan Latar Belakang**

Indonesia saat ini sedang menghadapi perdagangan bebas yang memberi dampak pada perekonomian. Oleh karena itu, para pengusaha dituntut untuk terus mengembangkan strategi-strategi usahanya guna dapat bersaing atau bahkan bertahan demi kelangsungan hidup usahanya. Berhasil tidaknya suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam mengambil keputusan yang berpengaruh dalam kegiatan usahanya terutama terhadap laba.

Perencanaan yang baik dapat membantu dalam penaksiran tingkat laba yang akan didapat perusahaan, yaitu dengan alat bantu berupa analisis biaya-volume-laba sehingga laba yang didapat akan lebih optimal. Untuk mencapai laba yang optimal (dalam perencanaan laba maupun realisasi), manajer dapat menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Dasar-dasar analisis *cost-volume-profit* yaitu analisis *contribution margin*, analisis *operating leverage* analisis *break even point*, dan analisis *margin of safety*. Analisis *break event* dan margin kontribusi merupakan alat yang efektif dalam menyajikan informasi manajemen untuk keperluan perencanaan laba sehingga manajer dapat memilih berbagai

usulan dari beberapa *option* kegiatan yang akan memberikan kontribusi terbesar terhadap pencapaian laba di masa yang akan datang.

PT. Inti Kokoh Makmur Sehati adalah perusahaan dagang yang tujuan utamanya berorientasi laba juga untuk mendapatkan *image*. Perusahaan ini menjual 17 divisi produk dengan 256 merk dagang yang menghasilkan tingkat margin kontribusi yang berbeda-beda terhadap pencapaian laba kotor. Untuk meningkatkan pencapaian laba kotor perusahaan, manajemen ingin mengetahui tingkat margin kontribusi masing-masing divisi produknya guna menentukan strategi penjualan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh lagi dengan mengadakan penelitian mengenai “**Analisis Margin Kontribusi dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Pencapaian Laba Kotor pada Divisi Produk yang ada di PT. Inti Kokoh Makmur Sehati - Top Bangunan Kediri Tahun 2014 - 2016**”.

### **Batasan Penelitian**

Peneliti membatasi penelitian ini hanya pada besarnya margin kontribusi masing-masing divisi produk yang terjual serta pengaruhnya terhadap laba kotor selama periode tahun 2014-2016.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana analisis margin kontribusi dan pengaruhnya terhadap tingkat pencapaian laba kotor pada divisi produk yang ada di PT. Inti Kokoh Makmur Sehati.

### Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana analisis margin kontribusi dan pengaruhnya terhadap tingkat pencapaian laba kotor pada divisi produk yang ada di PT. Inti Kokoh Makmur Sehati.

### Metode Penelitian

#### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua divisi produk yang dijual di PT. Inti Kokoh Makmur Sehati. Data yang digunakan mengacu pada laporan penjualan selama tahun 2014 hingga 2016.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap mewakili keseluruhan populasi. Namun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua anggota populasi yaitu semua divisi produk yang dijual oleh perusahaan sesuai laporan penjualan selama tahun 2014 hingga 2016.

#### Data dan Teknik Pengumpulannya

Data yang dipakai yaitu data primer, diantaranya laporan penjualan, HPP dan laporan laba rugi perusahaan tahun 2014 sampai 2016. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik kepustakaan, observasi, dan wawancara untuk mengumpulkan data kualitatif maupun kuantitatif yang diperlukan, seperti sejarah umum perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan operasional perusahaan, dan laporan keuangan perusahaan.

### Teknik Analisis Data

1. Menyusun data yang diperoleh dan melakukan analisa terhadap data yang tersedia.
2. Menghitung margin kontribusi dan rasio margin kontribusi masing-masing divisi produk dagang dengan rumus: (Garrison, dkk., 2014)

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}$$

$$\text{Rasio MK} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

### Analisis Statistik Deskriptif

Dalam metodologi penelitian seorang peneliti sering dihadapkan pada dilematis melakukan tindakan untuk dapat menjustifikasi kesimpulan secara logis atas dasar data yang ada atau premis yang terbatas. Hal ini dapat dilakukan sesuai dengan aturan dasar statistika. Oleh karena itulah dibutuhkan suatu analisis menggunakan statistik inferensi untuk melihat lebih jauh kemungkinan data dan berbagai kompleksitas didalamnya.

### Uji Korelasi

Untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, apabila nilai sig. (1-tailed) < 0,05 maka terdapat hubungan yang positif antar variabel. (Yani, 2015), sedangkan kuatnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi yaitu antara 0-1.

### Uji Hipotesis

#### Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini digunakan untuk menguji hubungan/ pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Adapun persamaan pada penelitian ini diformulasikan sebagai berikut: (Ghozali, 2011)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yang diramalkan

e = Error/ residu

a = Konstanta

$b_1$   $b_2$  = Koefisien regresi

$X_1$   $X_2$  = Variabel independe

Dalam pengujian regresi linier berganda terdapat dua uji signifikan parameter secara simultan atau bersama-sama (uji F) dan uji secara parsial atau sendiri-sendiri (uji T). Apabila probabilitas divisi produk < taraf signifikan 0,05 maka  $H_1$  diterima (ada pengaruh terhadap variabel dependen), dan sebaliknya apabila probabilitas divisi produk > taraf signifikan 0,05 maka  $H_1$  ditolak (tidak ada pengaruh terhadap variabel dependen). (Ghozali, 2011)

Dalam pengujian tersebut terdapat nilai koefisien determinasi

yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu (0-1). Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Ghozali, 2011).

### Hasil dan Pembahasan

#### Analisis Statistik Deskriptif

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi dan uji regresi linier berganda yaitu menggunakan uji F (secara simultan atau bersama-sama) dan uji T (secara parsial atau sendiri-sendiri) dengan menggunakan program SPSS versi 16.0. Data yang digunakan sebagai data input dalam pengujian statistik, diperoleh dari tabel perhitungan margin kontribusi dan laba kotor dengan menggunakan skala sebesar Rp 1.000.000,- .

Tabel 4. 16

#### Descriptive Statistic

	Mean	Std. Deviation	N
ADHESIVE	1.6111	.59894	36
CERAMICS	1.2231E2	28.36579	36
DECORATIVE	20.0833	6.88840	36
DOOR ACC	40.6667	10.95967	36
ELECTRIC	6.9722	6.10614	36
ETC	.2353	.60597	34
FLOORING	.5217	.94722	23
GLASS BLOCK	2.4444	.77254	36
GRANITE	38.3889	15.47399	36
GYP SUM	3.3889	2.49889	36
HOUSEWARE	2.5000	1.05560	36
PAINT	43.3611	17.08993	36
PLUMBING	.7778	.42164	36
ROOFING	16.4722	6.36278	36
SANITARY	53.0833	10.46457	36
TANK	5.6111	1.77728	36
TECHNIK	7.9444	1.85078	36
LABA KOTOR	3.6600E2	66.56383	36

Bagian *descriptive* diatas menampilkan hasil analisis statistik

deskriptifnya, seperti rata-rata per variabel pada kolom Mean, standar

deviasi pada kolom Std. Deviation dan banyaknya jumlah sampel yaitu 36.

### Uji Korelasi

Uji korelasi ini digunakan untuk menguji korelasi atau hubungan antara satu variabel dengan satu variabel lainnya. Berikut hasil untuk analisis korelasi:

Tabel 4.17  
*Correlations*

No.	DIVISI PRODUK	LABA KOTOR			
		Pearson Correlation	Level Kekuatan	sig. (2-tailed)	Signifikasi
1	ADHESIVE	0.304	Lemah	0.072	Berpengaruh tidak signifikan
2	CERAMICS	0.869**	Sangat Kuat	0.000	Berpengaruh signifikan
3	DECORATIVE	0.670**	Kuat	0.000	Berpengaruh signifikan
4	DOOR ACC	0.537**	Cukup Kuat	0.001	Berpengaruh signifikan
5	ELECTRIC	0.102	Sangat Lemah	0.554	Berpengaruh tidak signifikan
6	ETC	0.120	Sangat Lemah	0.501	Berpengaruh tidak signifikan
7	FLOORING	0.204	Lemah	0.351	Berpengaruh tidak signifikan
8	GLASS BLOCK	0.045	Sangat Lemah	0.794	Berpengaruh tidak signifikan
9	GRANITE T.	0.683**	Kuat	0.000	Berpengaruh signifikan
10	GYP SUM	0.148	Sangat Lemah	0.390	Berpengaruh tidak signifikan
11	HOUSE WARE	0.195	Sangat Lemah	0.254	Berpengaruh tidak signifikan
12	PAINT ACC	0.538**	Cukup Kuat	0.001	Berpengaruh signifikan
13	PLUMBING	0.137	Sangat Lemah	0.424	Berpengaruh tidak signifikan
14	ROOFING	0.473**	Cukup Kuat	0.004	Berpengaruh signifikan
15	SANITARY	0.562**	Cukup Kuat	0.000	Berpengaruh signifikan
16	TANK	0.349*	Lemah	0.037	Berpengaruh signifikan
17	TECHNIK	0.031	Sangat Lemah	0.858	Berpengaruh tidak signifikan

\*. *Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

\*\**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Dalam tabel diatas jelas menunjukkan bahwa divisi keramik memiliki hubungan yang sangat kuat dengan variabel laba kotor yaitu dengan koefisien korelasi sebesar 0.869\*\* yang artinya mempunyai hubungan yang hampir sempurna karena mendekati angka 1. Tanda (\*) menunjukkan korelasi signifikan pada level 5%, dan tanda (\*\*) menunjukkan korelasi signifikan pada level 1%.

Berdasarkan tabel diatas terdapat delapan divisi produk yang berpengaruh secara signifikan, karena memenuhi syarat nilai sig. (2-tailed) menunjukkan angka sig. (2-tailed) < 0,05 maka H<sub>1</sub> diterima

untuk delapan variabel bebas yaitu keramik, decorative, door accessories, granite, paint, roofing, sanitary dan tank. Sehingga dapat disimpulkan ada hubungan yang positif signifikan antara delapan variabel bebas tersebut dengan variabel terikatnya yaitu laba kotor. Sembilan divisi produk sisanya berpengaruh tetapi tidak signifikan karena tidak memenuhi syarat nilai sig. (2-tailed), yaitu menunjukkan angka sig. (2-tailed) > 0,05 sehingga H<sub>1</sub> diterima untuk sembilan variabel bebas sisanya namun tidak signifikan berpengaruh terhadap laba kotor.

### Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan/korelasi atau pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel

terikat. Berikut hasil uji regresi linier berganda:

1. Uji Koefisien Determinasi  
Berikut hasil pengujian koefisien determinasi:

Tabel 4. 19  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000 <sup>a</sup>	1.000	1.000	1.01715

a. Predictors: (Constant), TECHNIK, DOORACC, FLOORING, GRANITE, ETC, PLUMBING, GLASS BLOCK, HOUSE WARE, TANK, ADHESIVE, ROOFING, SANITARY, CERAMICS, DECORATIVE, ELECTRIC, GYPSUM, PAINT

Dalam bagian ini menampilkan:

- a)  $R = 1,000$  artinya koefisien korelasinya sebesar 1,000. Angka menunjukkan derajat korelasi antara variabel bebas dan variabel terikatnya.
- b)  $R \text{ Square} = 1,000$  menunjukkan angka koefisien determinasinya ( $R^2$ ). Artinya variansi dalam laba kotor dapat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas yang telah disebutkan sebelumnya melalui model sebesar 100%, tanpa dipengaruhi oleh variabel lain atau dengan bahasa sederhananya besarnya kontribusi seluruh divisi yang diteliti terhadap laba kotor adalah sebesar 100%, tanpa dipengaruhi oleh variabel lain (mutlak).
- c)  $\text{Adjusted } R \text{ Square} = 1,000$ . Ukuran ini maknanya sama dengan  $R \text{ Square}$ , hanya saja  $\text{Adjusted } R \text{ Square}$  ini nilainya lebih stabil karena sudah disesuaikan dengan jumlah variabel bebasnya yaitu 100%.
- d)  $\text{Standard Error of The Estimate} = 1,01715$  yang menunjukkan ukuran tingkat kesalahan dalam melakukan prediksi terhadap variabel terikatnya. Angka tersebut menunjukkan kemungkinan kesalahan prediksi yang amat kecil.

2. Uji F  
Berikut hasil uji F yang telah dilakukan:

Tabel 4. 20  
Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106417.784	17	6259.870	6.050E3	.000 <sup>a</sup>
	Residual	5.173	5	1.035		
	Total	106422.957	22			

Bagian diatas menunjukkan hasil dari uji F, yang dapat dijelaskan bahwa bagian ini menampilkan hasil

pengujian determinasi. Dari hasil pengujian tersebut ditemukan harga F hitung sebesar 6,050E3 dengan sig.

= 0,000. Oleh karena sig. < 0,05 maka H<sub>1</sub> diterima yang artinya semua variabel secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba kotor. Karena pengujian F (secara simultan) hasilnya menunjukkan signifikan atau H<sub>1</sub> diterima maka perlu dilanjutkan

pengujian secara parsial (uji T) dengan cara menguji koefisien garis regresi untuk masing-masing variabel.

3. Uji T dan Persamaan Linier  
Berikut hasil uji T yang telah dilakukan:

Tabel 4. 21  
Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.574	3.457		-1.323	.243
ADHESIVE	1.173	.580	.010	2.022	.099
CERAMICS	.995	.018	.419	54.769	.000
DECORATIVE	.897	.112	.078	7.976	.000
DOOR ACC	1.041	.051	.195	20.256	.000
ELECTRIC	.997	.093	.098	10.677	.000
ETC	.003	.570	.000	.005	.996
FLOORING	.863	.309	.012	2.798	.038
GLASS BLOCK	1.829	.415	.022	4.403	.007
GRANITE	.987	.027	.216	36.503	.000
GYPSUM	.713	.379	.017	1.883	.118
HOUSE WARE	1.071	.546	.014	1.961	.107
PAINT	1.008	.050	.221	20.077	.000
PLUMBING	.620	.817	.004	.759	.482
ROOFING	1.036	.087	.086	11.883	.000
SANITARY	1.088	.043	.186	25.296	.000
TANK	.761	.255	.021	2.985	.031
TECHNIK	1.184	.436	.023	2.716	.042

a. Dependent Variable: LABA KOTOR

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS versi 16.0. dalam uji T diperoleh persamaan garis regresinya adalah:

$$Y = - 4,574 + 1,173 X_1 + 0,995 X_2 + 0,897 X_3 + 1,041 X_4 + 0,997 X_5 + 0,003 X_6 + 0,863 X_7 + 1,829 X_8 + 0,987 X_9 + 0,713 X_{10} + 1,071 X_{11} + 1,008 X_{12} + 0,620 X_{13} + 1,036 X_{14} + 1,088 X_{15} + 0,761 X_{16} + 1,184 X_{17}.$$

Konstanta sebesar - 4,574 artinya jika margin kontribusi semua divisi produk yang diteliti tidak ada maka nilai laba kotor (Y) sebesar - 4,574 atau dapat dikatakan rugi sebesar Rp

4.574.000,- karena dalam skala Rp 1.000.000,-.

Berdasarkan persamaan hasil pengolahan data dengan menggunakan uji regresi linier berganda dapat diketahui bahwa angka koefisien regresi untuk masing-masing divisi produk sebagai variabel bebas menunjukkan angka besarnya rumusan kontribusi yang dihasilkan divisi tersebut dalam mencapai tingkat laba. Hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan margin kontribusi divisi suatu produk sebesar Rp 1.000.000,- (karena tanda positif), maka akan meningkatkan laba kotor sebesar

nilai yang tertera dalam koefisien regresi dikalikan dengan Rp 1.000.000,- sedangkan jika margin kontribusi divisi produk tersebut turun Rp 1.000.000,- maka laba kotor diprediksi akan mengalami penurunan sebesar angka hasil perkalian tersebut. Misal untuk produk adhesive yaitu penurunan atau peningkatannya sebesar Rp 1.173.000,-. Dalam hasil pengujian nilai signifikansi menunjukkan nilai sig.  $< 0,05$  maka  $H_1$  diterima untuk 12 variabel bebas (ceramics, decorative, door acc, electric, flooring, glass block, granite, paint, roofing, sanitary, tank, dan teknik) yang artinya kedua belas variabel divisi tersebut berpengaruh positif terhadap laba kotor. Sedangkan untuk kelima divisi lainnya (adhesive, etc, gypsum, house ware, dan plumbing) karena nilai sig.  $>$

0,05 maka  $H_1$  diterima yang artinya kelima divisi produk tersebut berpengaruh namun tidak secara signifikan terhadap pencapaian tingkat laba kotor perusahaan.

Dapat disimpulkan, berdasarkan uji T diatas terdapat lima divisi produk yang berpengaruh tidak secara signifikan terhadap laba kotor yaitu divisi produk adhesive, etc, gypsum, house ware, dan plumbing. Selain kelima divisi produk tersebut secara signifikan berpengaruh terhadap laba kotor.

Dalam kolom Beta divisi Ceramics menunjukkan angka tertinggi yaitu 0,419 yang artinya divisi ceramics merupakan variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu laba kotor. Bila disajikan dalam tabel lima divisi produk teratas yang paling berpengaruh diantaranya:

Tabel 4.22

## Lima Divisi Produk yang Paling Berpengaruh

No.	Divisi Produk	Beta	Nilai Sig.
1	Ceramics	0.419	0.000
2	Paint ACC	0.221	0.000
3	Granite	0.216	0.000
4	Door ACC	0.195	0.000
5	Sanitary	0.186	0.000

**Kesimpulan dan Saran****Kesimpulan**

1. Berdasarkan uji statistik, yang pertama dengan uji korelasi hasilnya menunjukkan terdapat delapan divisi produk yang berpengaruh secara signifikan, karena memenuhi syarat nilai sig. (2-tailed) menunjukkan angka sig. (2-tailed)  $< 0,05$  maka  $H_1$  diterima untuk delapan variabel bebas yaitu keramik, decorative, door accessories, granite, paint, roofing, sanitary dan tank. Sehingga dapat disimpulkan ada hubungan yang positif signifikan antara delapan variabel bebas tersebut dengan variabel terikatnya yaitu laba kotor.

Sembilan divisi produk sisanya berpengaruh tetapi tidak signifikan karena tidak memenuhi syarat nilai sig. (2-tailed), yaitu menunjukkan angka sig. (2-tailed)  $> 0,05$  sehingga  $H_1$  diterima untuk sembilan variabel bebas sisanya namun tidak secara signifikan. Karena angka *pearson Correlation* devisi keramik menunjukkan angka tertinggi dan mendekati 1 (satu) maka hubungan positif ini berada pada level sangat kuat.

2. Berdasarkan uji regresi linier berganda R Square = 1,000 menunjukkan angka koefisien determinasinya ( $R^2$ ). Artinya variansi dalam laba kotor dapat

dijelaskan oleh semua margin kontribusi divisi produk melalui model sebesar 100%, tanpa dipengaruhi oleh variabel lain. Atau dengan bahasa sederhananya besarnya kontribusi semua divisi produk terhadap laba kotor adalah sebesar 100%, tanpa dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Dari hasil pengujian F ditemukan harga F hitung sebesar 6,050E3 dengan sig. = 0,000. Oleh karena sig. < 0,05 maka  $H_1$  diterima yang artinya semua variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba kotor.
4. Dari hasil pengujian T ditemukan nilai sig. < 0,05 untuk dua belas divisi produk maka  $H_1$  diterima yang artinya kedua belas variabel tersebut secara parsial berpengaruh positif terhadap laba kotor.
5. Dalam kolom Beta pada pengujian T divisi keramik menunjukkan angka tertinggi (0,419) yang artinya divisi keramik merupakan variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu laba kotor.

### Saran

#### 1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan apabila ingin memperoleh laba yang besar maka hendaknya melakukan strategi pemasaran dengan memperhatikan tingkat margin kontribusi masing-masing divisi produk yang dijual, tentunya produk dengan margin kontribusi tinggillah yang seharusnya lebih dipromosikan, sehingga laba yang dihasilkan dapat mencapai angka yang optimal.

#### 2. Bagi Penulis Selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya satu yaitu margin kontribusi, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yang berhubungan dengan pencapaian tingkat laba kotor sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi pencapaian laba kotor selain margin kontribusi.

Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini hanya satu perusahaan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan, sehingga akan mendekati gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya.

### Daftar Pustaka

- Ahmad, kamaruddin., (2011). *Akuntansi Manajemen*. Edisi Revisi tujuh. Jakarta: Rajawali Pers, h 58-68.
- Andrias., (2011). "Analisis Produk Bersama untuk Menentukan Tingkat *Contribution Margin* pada Masing-masing Produk (Studi Kasus pada CV. Kawan Kita Magetan)". (Online). <https://www.scribd.com/document/94797626/PRODUK-BERSAMA-DAN-MARGIN-KONTRIBUSI> diakses 22 Januari 2017 pada pukul 23:59.
- Arikunto, S., (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, h 71.

- Carter, William K., (2009). *Akuntansi Biaya (buku 2)*. Edisi Keempatbelas. Jakarta: Salemba Empat, h 269-295.
- Fauziyah, (2008). *Akuntansi Biaya (buku 1)*. Edisi Pertama. Kediri: Uniska Press.
- Garrison, Ray H., Noreen, Eric W., dan Peter C. Brewer, (2014). *Akuntansi Manajerial (buku 1., Edisi Keempatbelas*. Jakarta: Salemba Empat, h 45-46, 54, 208-217.
- Hery, (2009). *Akuntansi Keuangan Menengah 1*. Jakarta: Bumi Aksara, h 120-133.
- Horngren, Charles T., Datar Srikant M., dan George Foster, (2008). *Akuntansi Biaya (Jilid 1*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks, h 72-91.
- Krisna, Armila Warindrani, (2006). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, h 179-189.
- Mursyidi, (2008). *Akuntansi Biaya*. Bandung: Reflika Aditama, h 9-15.
- Pramudianti, Dina. (2015). “Makalah Cost-Volume-Profit”. (Online). <http://dinapramudianti.blogspot.co.id/2015/02/makalah-cost-volume-profit-cvp.html> diakses 20 Januari 2017 pada pukul 15:18.
- Riahi, Ahmed., Belkaoui, (2012). *Teori Akuntansi (buku 2., Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Empat, h 226-230.
- Silvana, Fridayanti. (2014). “Analisis Contribution Margin untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk dalam Rangka Memaksimalkan Laba (Studi Pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang)”. (Online). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/630> diakses 22 Januari 2017 pada pukul 23:14.
- Siregar, Abdurrahman. (2014). “Analisis Margin Kontribusi dalam Kaitannya dengan Perencanaan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pt. Virgo Padang Sidempuan)”. (Online). <http://univamedan.ac.id/wp-content/uploads/2014/09/JI-EB-Vol.1-No.2.pdf#page=87> diakses 22 Januari 2017 pada pukul 23:21.
- Soemarso, SR., (2008). *Akuntansi: Suatu Pengantar (buku 1*. Edisi Keempat. Jakarta: Rineka Cipta, h 244-252.
- Suharyadi, dan Purwanto, S.K., (2016). *Statistika: untuk Ekonomi dan Keuangan Modern (buku 1)*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.

- Unicom., (2011). “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba”. (Online). <http://dir.unikom.ac.id/s1-final-project/fakultas-ekonomi/akuntansi/2011/jbptunikompp-gdl-heninurhae-24471/4-unikom-h-i.pdf/ori/4-unikom-h-i.pdf> diakses 20 Januari 2017 pada pukul 15:19.
- Yamin, Sofyan., dan Heri Kurniawan, (2014). *SPSS Complete (buku 1)*. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yani, Ahmad., (2015). *Buku Panduan Praktikum Laboratorium Akuntansi SPSS*. Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Islam Kadiri bersama dengan Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Wiharjo, Nelly., (2011). “Analisis Hubungan *Cost-Volume-Profit(CVP)* untuk Perencanaan Laba pada Hotel Losari Beach”. (Online). <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/176/SKRIPSI%20lengkap.pdf> diakses 16 Januari 2017 pada pukul 15:48.