

**PENGARUH HARGA JUAL TERHADAP MARGIN KOTOR (GROSS
MARGIN) PADA PT.KHANDA DINDA AULIA**

OLEH

Oleh : *Elsi Ramadhani*¹, *Syswanto*²

ABSTRAK

This study aims to determine how much influence the selling price of 3Kg Lpg gas to gross margin (gross margin) at PT. Khanda Dinda Aulia.

The type of research used is descriptive quantitative approach that is explanatory in nature, namely data in the form of numbers to explain the position of the variables studied to determine the relationship between variables. Quantitative research methods emphasize objectively measuring aspects of social phenomena.

Based on the results of simple linier regression analysis which obtained the equation $Y=72,947+6,441X$, which means that the constant value is 72,947, thus indicating that the company's gross margin variable is considered constant. The variable correlation coefficient of selling price is 6,441 which shows that the selling price variable has a positive effect on the company's gross margin. From the partial test results (individuals) it is know that the selling price available has a significant effect on the gross margin variable, because it is seen the value of $t_{count}= 19,282$ with significant level of 0,000 and the value of t_{table} at alpha 5% and $df= 5$ is 2,571 variable selling price effects positive and significant for the gross margin of PT. Khanda Dinda Aulia. This can be seen from the significant value of $0,000<0,05$, the value of $t_{count} (19,228)>t_{table} 2,571$ means that if selling price is increased the gross margin will increase. The R Square value is 0.992. This means that 99.2% variation or change in gross margin can be explained by the selling price, while the remaining 8% is explained by other causes not included in the research model.

Keywords: Selling Price, Gross Margin (Gross Margin)

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat pesat. Hal ini ditandai dengan tajamnya persaingan dalam dunia usaha guna mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Tajamnya persaingan tersebut perusahaan di tuntut mampu menghadapi persaingan yang ada. Demikian juga dalam dunia usaha khususnya produk gas elpiji yang diharapkan mempunyai kebijakan dan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya, mengingat banyaknya pesaing yang menjual produk yang serupa. Hal tersebut merupakan ancaman yang harus segera ditindak lanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya.

Mengingat penjualan produk dari yang dihasilkan merupakan sumber utama pendapatan bagi perusahaan tersebut, untuk mengatasi hal itu, perusahaan di tuntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Penentuan harga jual yang tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kelanjutan usaha suatu perusahaan. Ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan resiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produk di gudang karena macetnya pemasaran. Perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga merupakan unsur pokok pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2010 : 314), "Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat"¹.

Penentuan harga jual pada umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan. Meskipun harga jual produk sudah terbentuk di pasar, informasi biaya penuh terutama biaya produksi sangat dibutuhkan sebagai

titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada customer di masa yang akan datang.

Suatu perusahaan hal yang paling penting dalam laporan keuangan adalah laporan laba rugi dan neraca. Laporan laba rugi menunjukkan pendapatan, biaya, dan laba ditahan selama periode tertentu, dan neraca menunjukkan nilai buku dari semua aktiva, kewajiban, dan ekuitas pada waktu tertentu. Laporan keuangan harus dianalisis lebih lanjut untuk melakukan evaluasi yang menyeluruh. Analisis ini dapat mempertajam informasi yang disajikan oleh laporan keuangan, sehingga dapat memberikan informasi untuk evaluasi dan prediksi keadaan ekonomi perusahaan.

Salah satu objek analisis laporan keuangan adalah analisis laporan laba rugi, yang merupakan media untuk mengetahui keberhasilan dan efektifitas operasional perusahaan, keadaan usaha, dan kemampuan perusahaan tersebut untuk memperoleh laba. Adapun ukuran yang digunakan adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas terdiri dari dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitasnya dalam penjualan misalnya *gross margin* dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi misalnya *ROI* dan *ROE*, bersama-sama rasio ini akan menunjukkan efektivitas operasional keseluruhan perusahaan.

Margin kotor adalah selisih antara pendapatan dan harga pokok penjualan dibagi dengan pendapatan. Margin kotor dinyatakan sebagai persentase. Margin kotor sering digunakan secara bergantian dengan laba kotor, namun istilahnya berbeda, ketika berbicara tentang jumlah uang, secara teknis benar menggunakan istilah laba kotor, bila mengacu pada persentase atau rasio, memang benar menggunakan *gross margin*. Tujuan margin adalah untuk menentukan nilai kenaikan penjualan dan untuk memandu keputusan penetapan harga.

Salah satu yang mempengaruhi margin kotor suatu perusahaan adalah harga jual. Margin kotor yang lebih tinggi untuk produsen mencerminkan efisiensi yang lebih besar dalam mengubah bahan baku menjadi pendapatan. Margin kotor yang lebih besar pada umumnya dianggap ideal untuk kebanyakan perusahaan.

Margin kotor digunakan untuk mengukur perbandingan antara laba kotor dengan tingkat penjualan bersih, dimana laba kotor diperoleh dengan cara mengurangkan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan, semakin besar rasio ini, semakin baik keadaan perusahaan, karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi dan ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relatif lebih rendah bila dibanding dengan penjualan, sebaliknya, semakin kecil rasio margin kotornya, maka semakin kurang baik pula operasional perusahaannya.

PT. Khanda Dinda Aulia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang gas elpiji. Kebutuhan masyarakat akan konsumsi gas elpiji saat ini semakin meningkat tajam dikarenakan gas elpiji ramah lingkungan, terjangkau ketersediaannya dan dapat diandalkan untuk keperluan yang kontinyu terus menerus digunakan dalam kehidupan manusia serta pembakaran mudah dan harganya juga lebih murah dibandingkan dengan Bahan Bakar Minyak (BBM). Masih banyaknya pangsa pasar, banyak agen baru yang memasuki dunia usaha ini. Bertambah banyaknya pesaing, perusahaan-perusahaan gas elpiji harus bersaing dengan ketat agar visi, misi dan tujuan perusahaan dapat tercapai.

Banyaknya agen baru yang bermunculan mengakibatkan semakin sempitnya jalur distribusi. Oleh karena itu PT. Khanda Dinda Aulia menetapkan strategi dalam menjalankan bisnis agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai dan perusahaan dapat berkembang dengan baik dan dapat menghadapi persaingan dengan perusahaan lama ataupun pendatang baru.

PT. Khanda Dinda Aulia menjual gas elpiji. Keberadaan gas elpiji berukuran 3Kg dapat membantu kalangan masyarakat menengah ke bawah karena harganya terjangkau bagi masyarakat walaupun masih banyak masyarakat yang mengeluhkan harga. Menurunnya penjualan gas elpiji ukuran 3kg pada tahun 2014 mengakibatkan PT. Khanda Dinda Aulia memperoleh laba kotor yang rendah sehingga rasio *grossmargin* pun menurun dibanding tahun sebelumnya.

Berikut ini adalah harga jual gas elpiji 3Kg pada PT. Khanda Dinda Aulia periode tahun 2013-2017:

Tabel I.1
Harga Jual Gas Elpiji 3KgPer Tahun 2013 - 2017

Tahun	Harga Jual Pertabung
2013	Rp. 12.575
2014	Rp. 12.685
2015	Rp. 12.701
2016	Rp. 13.000
2017	Rp. 13.225

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa PT. Khanda Dinda Aulia menetapkan harga jual gas elpiji 3Kg yaitu pada tahun 2013 sekitar Rp.12.575 pertabung dan ditahun 2014 harga jual gas elpiji 3Kg naik menjadi Rp.12.685 pertabung dan pada Tahun 2015 harga jual gas elpiji 3Kg naik kembali menjadi Rp. 12.701 pertabungnya dan ditahun 2016 harga jual gas elpiji 3Kg mengalami kenaikan kembali menjadi Rp.13.000 pertabung, dan pada tahun 2017 harga jual gas elpiji 3Kg pertabung mengalami kenaikan kembali menjadi Rp.13.225. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual gas elpiji 3Kg pertabungnya menaik dari tahun ke tahun.

Analisis margin kotor sering digunakan dalam perencanaan keuangan atau penganggaran, namun teknik ini juga bisa digunakan dalam laporan keuangan. Analisis menggunakan data penjualan, harga pokok penjualan dan laba kotor. Dengan ketiga data tersebut, sehingga dapat menghitung margin kotor dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Margin Kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$2013 = \frac{530,712,000}{6,337,112,000} \times 100\% = 8,32\%$$

$$\begin{array}{rclclcl}
2014 & = & \frac{497,835,000}{6,420,795,000} & \times 100\% & = & 7,97\% \\
2015 & = & \frac{573,312,720}{6,613,664,720} & \times 100\% & = & 8,66\% \\
2016 & = & \frac{740,824,000}{6,879,080,000} & \times 100\% & = & 10,76\% \\
2017 & = & \frac{869,228,750}{7,074,184,750} & \times 100\% & = & 12,28\%
\end{array}$$

Berikut ini adalah data *gross margin* gas elpiji 3Kg pada PT. Khanda Dinda Aulia periode tahun 2013-2017:

Tabel I.2
Gross Margin Gas Elpiji 3kgPer Tahun 2013-2017

Tahun	Gross Margin (%)
2013	8,32%
2014	7,97%
2015	8,66%
2016	10,76%
2017	12,28%

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa *gross margin* pada tahun 2014 mengalami penurunan setelah tahun 2013. Namun pada tahun 2015, 2016 dan 2017 mengalami kenaikan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa *gross margin* pada perusahaan meningkat dari tahun ketahun.

Salah satu yang mempengaruhi margin kotor suatu perusahaan adalah harga jual. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh harga jual gas elpiji ukuran 3 kg terhadap margin kotornya

dalam skripsi yang berjudul “**Pengaruh Harga Jual terhadap Margin Kotor (Gross Margin) Pada PT. Khanda Dinda Aulia Medan**”.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif yang bersifat *eksplanatory* yaitu data yang berbentuk angka untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti untuk mengetahui hubungan antara variabel. Metode penelitian kuantitatif lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial.

2. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80), “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulannya”¹⁸.

Jadi populasi sebenarnya bukan hanya orang tetapi juga objek atau subjek beserta karakteristik atau sifat-sifatnya. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Khanda Dinda Aulia.

3. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”¹⁹. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan laba rugi PT. Khanda Dinda Aulia Tahun 2013-2017.

4. Sumber Data

Data ini diperoleh dari PT. Khanda Dinda Aulia (Elpiji Pertamina), Jalan Nusa Indah Perumahan Griya Indah Mulia Blok F 24/VI. Untuk

memperoleh dan mengumpulkan informasi dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan data primer dan sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yaitu PT. Khanda Dinda Aulia. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, misalnya lewat orang lain atau dokumen, seperti gambaran umum, sejarah dan struktur organisasi. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi (Pengamatan)

Pengamatan ke perusahaan-perusahaan yang dilakukan secara langsung untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Hasil pengamatan bisa dicatat atau direkam dengan alat rekam elektronik.

2. Wawancara

Melakukan wawancara langsung dengan pihak perusahaan yang dianggap berwewang memberikan keterangan yang peneliti butuhkan, baik dari bagian keuangan, sejarah perusahaan.

3. Studi Dokumentasi

Melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dokumen, buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

6. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu :

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi terhadap variabel lain. Di dalam penelitian ini yang termasuk adalah harga jual.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel lain. Di dalam penelitian ini yang termasuk adalah margin kotor (*gross margin*).

Adapun Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel III.1
Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Skala Pengukuran
Harga Jual (X)	Harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	Rasio
<i>Gross Margin</i> (Y)	<i>Gross Margin</i> adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan.	Rasio

7. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono dalam Pratiwi (2012:67), menyatakan bahwa “Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul”²⁰. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan dan tiap variabel yang diteliti melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Data yang diperoleh berupa data kuantitatif. Sebelum diolah dan dianalisis, data terlebih dahulu dikelompokkan, setelah diolah maka dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana;

Keterangan :

$$Y = a + bX + e$$

Y : *Gross Margin*

a : Konstanta

b : Koefisien regresi harga jual

X : Harga Jual

e : Variabel gangguan

Sebelum masuk ke uji regresi linier sederhana, maka penelitian yang dilakukan harus lolos uji asumsi klasik.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data normal atau tidak. Uji ini akan dideteksi melalui analisa grafis yang dihasilkan melalui perhitungan *regresi SPSS*.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji dalam sebuah model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot*. Apabila titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola-pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai uji selanjutnya.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya gejala korelasi serial, suatu kondisi yang terdapat ketika residu

tidak independen satu sama lain. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model suatu regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji secara parsial)

Pengujian secara parsial adalah untuk menguji setiap perubahan variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap perubahan tidak bebas.

H_0 = Variabel bebas parsial tidak memiliki pengaruh harga jual terhadap margin kotor (*gross margin*) yaitu variabel terikat (Y) pada PT. Khanda Dinda Aulia.

H_a = Variabel bebas parsial memiliki pengaruh harga jual terhadap margin kotor (*gross margin*) yaitu variabel terikat (Y) pada PT. Khanda Dinda Aulia.

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

b. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji R^2 atau koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam *regresi*, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model *regresi* yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis *regresi* yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai *koefisien determinasi* (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi variabel bebas X. Bila nilai *koefisien determinasi* sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian

baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai nol dan satu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Metode Deskriptif Statistik

Berikut ini merupakan data statistik secara umum dari seluruh data periode 2013-2017 sebagai berikut :

Tabel IV.1

Statistik Deskriptif Harga Jual dan *Gross Margin* Periode 2013-2017

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga Jual	5	12.575	13.225	12.83080	.272909
<i>Gross Margin</i>	5	7,75	12,28	9,5540	1,90144
Valid N (listwise)	5				

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 23 for Windows (2018)

Dari tabel IV.1 dapat dijelaskan bahwa :

1. Variabel Harga Jual (X) Memiliki Nilai Minimum (terkecil) 12,575 dan Maksimum 13,225 dengan mean (nilai rata-rata) harga jual adalah 12,83080 dengan standar deviasi variabel ini adalah ,272909.
2. Variabel *Gross Margin* (Y) Memiliki Nilai Minimum (terkecil) 7,97 dan Maksimum 12,28 dengan mean (nilai rata-rata) *Gross Margin* adalah 9,5540 dengan standar deviasi variabel ini adalah 1,908144.
3. Jumlah pengamatan sebanyak 5 Tahun dari dokumentasi laporan laba rugi periode 2013-2017 Pada PT. Khanda Dinda Aulia Medan.

2. Uji Asumsi Klasik

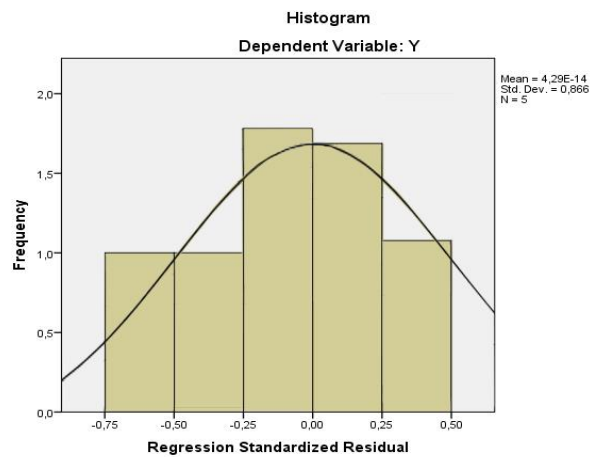
a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti

distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan Histogram, Grafik dan pendekatan Kolmogorov-Smirnov.

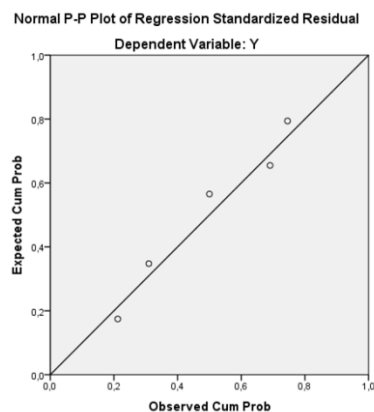
Berdasarkan gambar diatas dapatdiketahui bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini ditunjukkan oleh distribusi data yang berbentuk lonceng dan tidak melenceng ke kiri atau ke kanan.

b. Pendekatan Histogram



Sumber : Hasil pengolahan SPSS 23 for Windows (2018)

c. Pendekatan Grafik



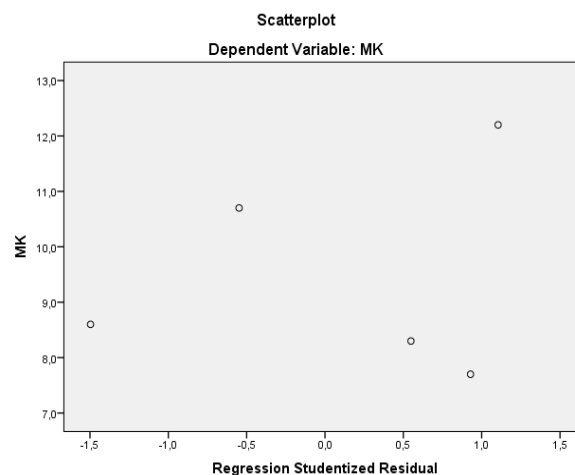
Sumber : Hasil pengolahan SPSS 23 for Windows (2018)

Pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara normal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain.

Dasar analisis adalah jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas, sedangkan jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : Hasil pengolahan SPSS 23 for Windows (2018)

Berdasarkan gambar pada di atas dapat terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka berdasarkan metode grafik tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi layak dipakai untuk memprediksi *gross margin* berdasarkan masukan pada variabel harga jual.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana yang mana diperoleh persamaan $Y = 72,947 + 6,441X$ yang artinya bahwa nilai Konstanta sebesar 72,947 sehingga menunjukkan bahwa variabel *gross margin* perusahaan dianggap konstan. Pada koefisien korelasi variabel harga jual sebesar 6,441 yaitu menunjukkan bahwa variabel harga jual berpengaruh positif terhadap *gross margin* perusahaan. Dari hasil pengujian secara parsial (individu) diketahui bahwa variabel harga jual berpengaruh signifikan terhadap variabel *gross margin*, karena dilihat nilai $t_{hitung} = 19,282$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{tabel} pada $\alpha 5\%$ dan $df=3$ adalah 3,182 variabel harga jual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *gross margin* PT. Khanda Dinda Aulia Medan. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai $t_{hitung}(19,282) > t_{tabel}$ 3,182 artinya jika harga jual ditingkatkan maka *gross margin* akan meningkat. Nilai *R Square* sebesar 0,992. Hal ini berarti bahwa 99,2% variasi atau perubahan dalam *gross margin* dapat dijelaskan oleh harga jual, sedangkan sisanya sebesar 8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gapri Bona Tua Samosir (2011) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Margin Kotor (*Gross Margin*) Pada Percetakan PT. Medan Graindo”. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa secara parsial harga jual terhadap margin kotor berpengaruh positif dan signifikan yang dibuktikan karena nilai $t_{hitung}(15,586) > t_{tabel}$ 3,775 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka pengujian hipotesis menyatakan H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan hasil analisis data penulis yang mana harga jual memiliki pengaruh yang signifikan dan juga memiliki hubungan yang positif terhadap *gross margin*. Maka Peneliti dapat menyimpulkan dengan hipotesis dari pembahasan ini adalah **“Harga Jual Mempunyai Pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap *Gross Margin* Pada PT. Khanda Dinda Aulia”**.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil keputusan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana yang mana diperoleh persamaan $Y = 72,947 + 6,441X$ yang artinya bahwa nilai konstanta sebesar 72,947 sehingga menunjukkan bahwa variabel *gross margin* perusahaan dianggap konstanta. Pada koefisien korelasi variabel harga jual sebesar 6,441 yaitu menunjukkan bahwa variabel harga jual berpengaruh positif terhadap *gross margin* perusahaan.
- b. Berdasarkan hasil Uji secara Parsial (Uji t) bahwa Variabel harga jual adalah $19,282 > t_{tabel} 2,571$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis pada penelitian ini adalah variabel harga jual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *gross margin* perusahaan.
- c. Berdasarkan perhitungan koefisien determinan koefisien korelasi R adalah 0,996 atau mendekati 1 yang artinya bahwa tingkat hubungan yang kuat antara harga jual dengan *gross margin* perusahaan. Tabel R^2 menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang sudah disesuaikan dari nilai pada *R square* adalah 0,992 atau 99,2% artinya bahwa harga jual dipengaruhi oleh *gross margin* perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

- a. Untuk meningkatkan operasionalnya, perusahaan sebaiknya tidak hanya memperhatikan harga jual produk, tapi juga menekan biaya produksi dan harga pokok penjualan, agar dapat meningkatkan penjualan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan.

- b. Harga jual salah satu variabel yang sangat kuat mempengaruhi *gross margin* (margin kotor) suatu produk. Karena ketika harga jual setiap tahunnya menurun maka perusahaan dapat mengurangi *gross margin* setiap tahun juga, maka dari itu harga jual harus tetap ditingkatkan.
- c. Untuk penelitian sejenis selanjutnya, disarankan agar menggunakan data tahunan dan jumlah periode yang lebih banyak

DAFTAR PUSTAKA

- Ekatherina. *Analisis pengaruh harga jual produk terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Mega Eltra (Persero) Cabang Medan*. Universitas Sumatera Utara. 2008.
- Gitosudarmo. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta. Terjemahan : Gunawan Hutaaruk. Erlangga 2012.
- Jaya. *Pengaruh biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan dupapada putra mas di Desa Bulian*. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia. 2015.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kedepalan, Jakarta PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- Kotler, Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I dan 2, Edisi Kedua Belas, Jakarta: Erlangga, 2010.
- , Philip dan Kevin Lanne Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua, Edisi Ketigabelas, Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 2009.
- Kotler, Tiong Tan. *Pemasaran . Edisi Revisi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada 2012.
- Kusnadi. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2008.
- Munawir. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta : Liberty, 2014.
- Murhadi. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat, 2013.
- Rambat dan Hamdani. *Pemasaran Buku I*. Jakarta : Salemba Empat, 2012.
- Ramdhani. *Pengaruh harga jual dan biaya operasional terhadap laba bersih pada perusahaan tambangan SUB Sektor Batubara yang terdaftar di Bursa EfekIndonesia periode 2010 – 2013*. Universitas Sumatera Utara. 2014.

Sihaloho. *Pengaruh Harga Jual Terhadap Marjin Kotor (Gross Margin) Pada PT.Perkebunan Nusantara IV Medan*. Universitas Sumatera Utara 2007.

Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta, 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* . Cetakan Ketujuhbelas. Bandung CV. Alfabeta, 2012.

Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008.