# BAB IV

# PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

## A. Gambaran Umum Penelitian

### a. Sejarah Singkat Rumah Madu Az-Zahra

Rumah Madu Az-Zahra merupakan UMKM yang baru saja berdiri pada awal bulan februari tahun 2021, pemilik usaha Rumah Madu Az-Zahra bernama Ziya Ulhaq, S.M. Biasa di sapa Aji, sebelum lulus wisuda Aji telah ditawarkan pekerjaan oleh saudaranya mengenai madu hutan murni, akan tetapi belum terlintas untuk membuka usaha, karena melihat kondisi pada saat itu Aji masih dalam proses skripsi akhirnya menghiraukan tawaran saudaranya. Dan setelah lulus wisuda pada tahun 2020 Aji langsung terfikirkan untuk menjual madu di masa pandemi, selain banyak manfaatnya madu sangat diminati pada saat itu oleh masyarakat padahayu khususnya dan lewat perantara saudaranya Aji dikenalkanlah kepada bapak surinto selaku pemilik perusahaan madu hutan murni yang lokasinya di purwokerto.

Berjalannya waktu, Rumah Madu Az-Zahra mengawali usahanya menjual madu di masa pandemi pada awal bulan februari 2021, ternyata penjualannya mendapat respond positif dari masyarakat, bahkan setiap bulannya mengalami pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba.

Rumah Madu Az-Zahra berlokasi di Padahayu Kecamatan Panimbang Kabupaten Pandeglang. Rumah Madu Az-Zahra ini menjual produk yang berasal dari madu hutan murni, diambil dari lebah *Apis Mellifera* yang aman dan banyak sekali manfaatnya bagi anak-anak sampai usia lanjut.[1]

**b. Konsep penjualan rumah madu az-zahra**

Konsep yang digunakan dalam penjualan ini yaitu menggunakan

Strategi promosi yang merupakan kegiatan mempengaruhi konsumen, untuk membeli atas produk yang ditawarkan. Betapapun hebat dan berkualitasnya produk, bila tidak dikenal atau tidak diketahui konsumen maka produk

[1]Ziya Ulhaq, Wawancara dengan pemilik Rumah Madu Az-Zahra Kecamatan Panimbang Kab. Pandeglang, *Wawancara*, Panimbang, tanggal 10 Juni 2021.

tersebut tidak akan dibeli oleh konsumen. Perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen untuk menciptakan atas produk-produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha ini dapat dilakukan dengan kegiatan promosi. Adapun promosi yang dilakukan oleh Rumah Madu Az-Zahra adalah sebagai berikut:

a. *Advertising* atau iklan, yaitu berita mengenai produk barang dan jasa atau dapat juga disebut sebagai penyajian dan promosi tentang ide, barang atau jasa yang dilakukan sponsor tertentu. Dalam kegiatan ini madu hutan murni Rumah Madu Az-Zahra membuat brosur atau flyer yang dibagi-bagikan kepada, masyarakat, kemudian membuat iklan di media sosial seperti instagram dan facebook, dan banner atau spanduk kecil yang dipasang di jalan utama dekat dengan lokasi Rumah Madu Az-Zahra. Tujuannya, selain untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan juga memperkenalkan keberadaan madu hutan murni Rumah Madu Az-Zahra.

b. *Personal selling,* yaitu penyajian melalui percakapan satu atau dua orang penjual dengan tujuan melakukan penjualan. Untuk kegiatan promosi ini, madu hutan murni Rumah Madu Az-Zahra langsung memperkenalkan produknya pada konsumen, misalnya melakukan percakapan dengan konsumen di *supermarket,* festival makanan, atau saat mengadakan kegiatan vaksinasi covid-19 khususnya dimasa pandemi ini madu sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan acara-acara lainnya yang bersifat terbuka.

c. promosi penjualan atau *salles promotion,* yakni memberikan dorongan kepada pembeli yang hanya akan membeli suatu produk dengan imbalan akan memperoleh hadiah atau bonus tertentu. Hadiah yang diberikan bisa dilakukan melalui obral, undian, atau potongan harga. Tujuannya diadakan promosi penjualan ini adalah untuk menarik para pembeli baru, meningkatkan daya beli, memberikan penghargaan kepada pemakai lama, meningkatkan

jumlah pertumbuhan penjualan jangka pendek dan menghindari konsumen berpindah ke merek lain. Madu hutan murni Rumah Madu Az-Zahra mengadakan program promo khusus untuk menjaring konsumen. Misalnya beli satu botol madu hutan murni yang berukuran besar dapat gratis satu batang sabun madu Az-Zahra.

d. Publikasi, bertujuan untuk memberikan citra yang baik dari masyarakat kepada perusahaan. Melalui publikasi ini bisa dibentuk pandangan yang baik dan membuang berita-berita buruk terhadap perusahaan. Contohnya, publikasi melalui media sosial seperti instagram dan facebook sambil memperlihatkan foto-foto dan manfaat produk Rumah Madu Az-Zahra yang dihasilkannya.

**c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan**

Adapun faktor –faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:

a. Kualitas barang

Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasa kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada produk lain yang mutunya lebih baik.

b. Selera Konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang diperjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

c. Servis Terhadap Pelanggan

Merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan sekmakin tajam.

Dengan adanya servis yang baik terhadap para pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

d. Persaingan Menurunkan Harga Jual

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.

**d. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen ( Tjiptono, 2007 ).[2]

Kualitas pelayanan dapat diketahu dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada

[2]Indra Sasangka, Rahmat Rusmayadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Minimarket Minimart'90 Bandung",...h. 135.

yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

**e. Tujuan Penjualan Madu Rumah Madu Az-Zahra**

Di masa pandemi saat ini rumah madu az-zahra memiliki beberapa tujuan yaitu:

a) Memanfaatkan peluang usaha yaitu dengan menjual madu hutan murni untuk meningkatkan laba Rumah Madu Az-Zahra di masa pandemi covid-19.
b) Menyediakan produk madu hutan murni untuk kebutuhan masyarakat padahayu khususnya agar selalu meningkatkan imunitas tubuh di masa pandemi covid-19.
c) Memberikan peluang usaha bagi masyarakat padahayu khususnya yang ingin bergabung menjadi reseller bersama Rumah Madu Az-Zahra untuk meningkatkan ekonomi di masa pandemi covid-19.

**f. Daftar Barang dan Harga Rumah Madu Az-Zahra**

Di bawah ini merupakan harga beli dari perusahaan dan harga jual dari Rumah Madu Az-Zahra yang menjadi

pengaruh pertumubuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba diantaranya sebagai berikut:

**TABEL. 4.1.**

**DAFTAR BARANG DAN HARGA RUMAH MADU AZ-ZAHRA**

| NAMA BARANG | UKURAN | HARGA BELI SATUAN DARI PERUSAHAAN | HARGA JUAL SATUAN RUMAH MADU AZ-ZAHRA |
|---|---|---|---|
| Madu Botol Besar | 460ml | Rp. 150.000 | Rp. 200.000 |
| Madu Botol Sedang | 275ml | Rp. 100.000 | Rp. 150.000 |
| Madu Botol Kecil | 140ml | Rp. 70.000 | Rp. 100.000 |
| Masker Madu Bee Pollen | 250g | Rp. 140.000 | Rp. 200.000 |
| Madu Promil | 360g | Rp. 170.000 | Rp. 250.000 |
| Madu Royal Jelly | 350g | Rp. 200.000 | Rp. 300.000 |
| Sabun Madu | 100gr | Rp. 20.000 | Rp. 50.000 |

Berdasarkan tabel diatas yang merupakan daftar barang madu Rumah Madu Az-Zahra, berikut adalah manfaat dari produk yang berasal dari Apis Mellifera madu hutan murni yaitu sebagai berikut:

a. Madu

Madu adalah cadangan makanan lebah yang dihasilkan dari neklar ( inti sari bunga yang menghasilkan rasa manis ).

- Jenis Lebah

  Madu yang dijual di Rumah Madu Az-Zahra dihasilkan oleh jenis madu Apis Mellifera yang dibudidayakan di hutan alas Robban, Ds Gringsing. Kab. Jawa Tengah.

- Manfaat

  Madu memiliki banyak manfaat bagi kesehatan manusia, hal ini diterangkan dalam Al-Quran Surah “An Nahl 69” didalam madu terdapat penyembuhan bagi manusia. Secara umum madu murni bermanfaat untuk meningkatkan imunitas dan stamina, menjaga daya tahan tubuh, mencerdaskan anak, membersihkan

organ dan pembuluh darah, meregenerasi sel, mempercepat penyembuhan luka dan lainnya.

b. Masker Madu Bee Pollen

Masker madu bee pollen diambil dari serbuk bunga jantan, yang dibawa oleh lebah pada lebah mengambil nektar. Bee pollen merupakan makanan abad 21, karena semua kebutuhan nutrisi manusia ada pada bee pollen.

- Manfaat masker madu bee pollen

  Mencerahkan,melembabkan, mengencangkan, mengatasi jerawat, menghilangkan plek hitam, mengecilkan pori-pori, mengangkat sel kulit mati, mempercepat penyembuhan luka luar, sariawan, herpes, exim dan lainnya.

c. Madu Promil

Madu promil formula alami yang satu ini berbahan dasar dari hasil lebah yaitu madu murni yang kaya akan manfaat.

- Manfaat

  Mampu meningkatkan vitalitas dan kesuburan, memperbaiki kualitas sperma dan jaringan infertil pada pria/wanita.

d. Madu Royal Jelly

Adalah susu makanan ratu lebah yang dihasilkan dari sekresi kelenjar lebah pekerja. Kemampuan meregenerasi sel royal jelly sangat luar biasa, kodratnya serangga hanya bisa hidup 7-8 minggu, namun ratu lebah dapat hidup hingga usia 5-7 tahun.

- Manfaat

  Untuk membantu proses penyembuhan segala penyakit kronis seperti, jantung, ginjal, paru-paru, kista, kanker, diabetes, asam lambung dan penyakit lainnya.

e. Sabun Madu

Sabun madu az-zahra terbuat dari 100% madu murni dan dikombinasikan dengan minyak zaitun dan vco yang kaya akan manfaat untuk kesehatan.

- Manfaat

  Mengatasi jerawat, mencerahkan kulit, melembapkan kulit, menutrisi kulit, menghilangkan flek hitam, melembutkan rambut, mengobati herpes dan gatal pada kulit.

Berdasarkan data transaksi yang diperoleh dari Rumah Madu Az-Zahra Panimbang Pandeglang pada bulan Februari – September 2021, dapat ditampilkan kolom berwarna kuning yang ditandai pada bulan Juli dan September bahwa kedua bulan tersebut mengalami penurunan laba. Ada satu faktor yang menyebabkan turunnya pertumbuhan laba pada bulan Juli dan September di masa pandemi ini. Yaitu, Promosi: Mulai melemahnya promosi di media sosial yang menjadi strategi utama penjualan madu hutan murni yang dilakukan oleh Rumah Madu Az-Zahra Panimbang Pandeglang dalam menarik perhatian konsumen atau (pembeli) untuk memperoleh suatu laba.

**TABEL 4.2**

**DATA PENJUALAN DAN PENGELUARAN**

| No | Bulan | Minggu | Penjualan (X) (Ribu Rupiah) | Total Penjualan | Total Pengeluaran |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Februari | 1 | 2500000 | 9050000 | 6420000 |
| 2 | | 2 | 2500000 | | |
| 3 | | 3 | 1850000 | | |
| 4 | | 4 | 2200000 | | |
| 5 | Maret | 1 | 2500000 | 11850000 | 8640000 |
| 6 | | 2 | 3500000 | | |
| 7 | | 3 | 2200000 | | |
| 8 | | 4 | 3650000 | | |
| 9 | April | 1 | 2750000 | 14000000 | 9850000 |
| 10 | | 2 | 2400000 | | |
| 11 | | 3 | 3250000 | | |
| 12 | | 4 | 5600000 | | |
| 13 | Mei | 1 | 4200000 | 16100000 | 11340000 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 14 | | 2 | 4550000 | | |
| 15 | | 3 | 2550000 | | |
| 16 | | 4 | 4800000 | | |
| 17 | Juni | 1 | 4350000 | 16650000 | 10820000 |
| 18 | | 2 | 5450000 | | |
| 19 | | 3 | 4850000 | | |
| 20 | | 4 | 2000000 | | |
| 21 | Juli | 1 | 2850000 | 14350000 | 9640000 |
| 22 | | 2 | 5450000 | | |
| 23 | | 3 | 1950000 | | |
| 24 | | 4 | 4100000 | | |
| 25 | Agustus | 1 | 3300000 | 15700000 | 9960000 |
| 26 | | 2 | 3350000 | | |
| 27 | | 3 | 3300000 | | |
| 28 | | 4 | 5750000 | | |
| 29 | September | 1 | 4500000 | 15750000 | 10600000 |
| 30 | | 2 | 4350000 | | |
| 31 | | 3 | 1500000 | | |
| 32 | | 4 | 5400000 | | |

**TABEL 4.3**

**DATA LABA**

| No | Bulan | Minggu | Laba (Y) (Ribu Rupiah) | Total Laba |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Februari | 1 | 650000 | 2470000 |
| 2. | | 2 | 790000 | |
| 3. | | 3 | 480000 | |
| 4. | | 4 | 550000 | |
| 5. | Maret | 1 | 650000 | 3210000 |
| 6. | | 2 | 980000 | |
| 7. | | 3 | 600000 | |
| 8. | | 4 | 980000 | |
| 9. | April | 1 | 830000 | 4150000 |
| 10. | | 2 | 740000 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 11. | | 3 | 990000 | |
| 12. | | 4 | 1590000 | |
| 13. | Mei | 1 | 1260000 | 4760000 |
| 14. | | 2 | 1500000 | |
| 15. | | 3 | 690000 | |
| 16. | | 4 | 1310000 | |
| 17. | Juni | 1 | 1360000 | 5830000 |
| 18. | | 2 | 1800000 | |
| 19. | | 3 | 1790000 | |
| 20. | | 4 | 880000 | |
| 21. | Juli | 1 | 1010000 | 4710000 |
| 22. | | 2 | 1750000 | |
| 23. | | 3 | 760000 | |
| 24. | | 4 | 1190000 | |
| 25. | Agustus | 1 | 1990000 | 5740000 |
| 26. | | 2 | 1050000 | |
| 27. | | 3 | 1140000 | |
| 28. | | 4 | 1560000 | |
| 29. | September | 1 | 1500000 | 5150000 |
| 30. | | 2 | 1350000 | |
| 31. | | 3 | 410000 | |
| 32. | | 4 | 1890000 | |

Sumber: Diperoleh dari Rumah Madu Az-Zahra[3]

## B. Analisis Hasil Penelitian

### Uji asumsi klasik

#### 1. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakan dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam pengujian

[3]Ziya Ulhaq, "*Data Produk Penjualan Madu Az-Zahra*", (Panimbang: Rumah Madu Az-Zahra, 2021), h. 2-9.

normalitas penelitian dapat dilakukan dengan cara, yaitu pendekatan grafik.

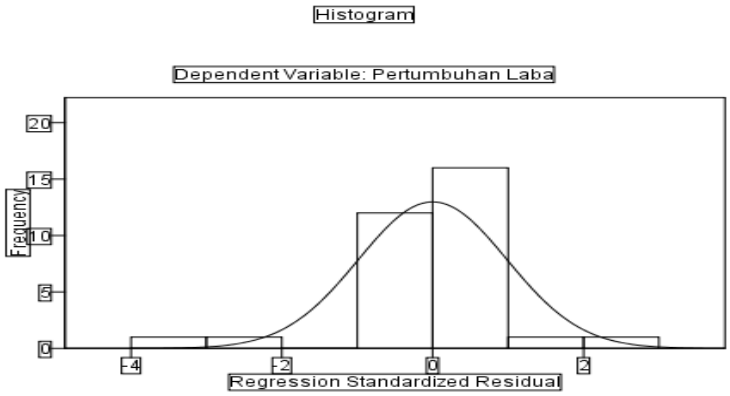
a. Pendekatan grafik

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas dijelaskan dengan cara, yaitu sebagai berikut:

1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2) Jika data menyebar jauh dari garis giagonal atau tidak menunjukan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**GAMBAR 4.1**

**Histogram Uji Normalitas**

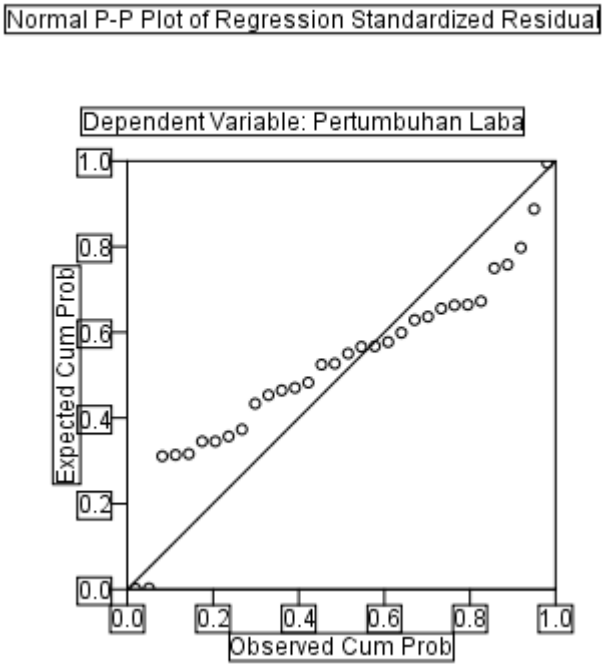



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

Dari histogram uji normalitas diatas menunjukan bahwa residual telah menyebar secara normal. Pengujian selanjutnya dapat dinyatakan dengan menggunakan grafik *P.P Plot Of Regression Standardized Residual.*

**GAMBAR 4.2**

**Grafik P.-P Plot Uji Normalitas**




Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

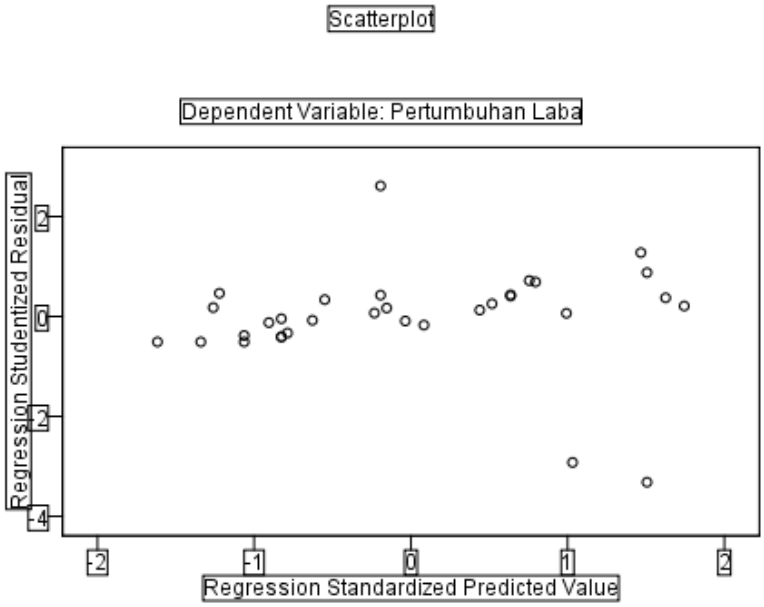
Pada gambar diatas, normal propability plot menunjukan bahwa data mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukan pola distribusi normal.

**2. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians.* Uji ini dapat dilihat dari Grafik *Scartterplot* adapun yang diperoleh dalam penelitian ini, sebagai berikut:

**GAMBAR 4.3**

**Grafik Scartterplot**




Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan grafik scartterplot diatas, diketahui bahwa : titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau di sekitar o,penyebaran titik-titik tidak membentuk pola

bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

**3. Uji Auto Korelasi**

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat massalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji DurbinWaton ( DW-Test ). Uji autokorelasi hanya dipakai untuk data time series ( data yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu ) seperti data laporang keuangan lain-lain. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

a. Jika Du < DW < 4-dU maka tidak terjadi masalah autokorelasi
b. Jika DW < dL atau DW > 4-dL maka terdapat masalah autokorelasi
c. Jika dL< DW < 4-dL maka tidak ada keputusan yang pasti.

**TABEL 4.4**

**Hasil Uji Autokorelasi Durbin Waston ( DW-Test )**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .560[a] | .314 | .291 | 395350.125 | 1.575 |

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan

b. Dependent Variable: Lertumbuhan laba

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16.0

Hasil Uji Autokorelasi Durbin Waston

N = 32

DW = 1.5750

dL = 1.3734

dU = 1.5019

4-dL = 4-1.3734 = 2.6266

4-dU = 4- 1.5019 = 2.4981

Diketahui nilai dU ( 1.5019 ) < DW ( 1.5750 ) < 4 - dU ( 2.4981 ), karena hasil uji autokorelasi durbin watson sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pertama, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi masalah autokorelasi.

**4. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh antara variabel *independen* ( pertumbuhan penjualan ) dan variabel *dependen* ( pertumbuhan laba ) dengan menggunakan bantuan SPSS 16.0 Berikut:

**TABEL 4.5**

**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 287341.054 | 210987.471 | | 1.362 | .183 |
| | Pertumbuhan Penjualan | .208 | .056 | .560 | 3.704 | .001 |

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16.0

Tabel diatas memperoleh hasil persamaan regresi yaitu : Y = 287341.054 + 0.208 X. Sesuai dengan persamaan garis regresi tersebut dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

a. Nilai konstan ( nilai mutlak Y ) apabila pertumbuhan penjualan ( X ) = 0, maka pertumbuhan laba ( Y ) sebesar 287341.054

b. Nilai koefisien regresi X ( pertumbuhan penjualan ) sebesar 0.208. Artinya setiap penambahan 1% tingkat pertumbuhan penjualan ( X ), maka pertumbuhan laba akan meningkat sebesar 0.208.

Karena nilai koefisien regresi bersifat positif ( + ) maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan ( X ) berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba ( Y )

Sementara itu, untuk mengetahui apakah koefisien tersebut berpengaruh signifikan atau tidak ( dalam arti variabel pertumbuhan penjualan ( X ) berpengarun sig nifikan terhadap variabel pertumbuhan laba ) dengan cara membandingkan nilai signifikan dengan probabilitas 0.05.

Jika nilai sig < 0.05 artinya terdapat pengaruh signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikan 0.001 < 0.05 artinya terdapat pengaruh signifikan

antara pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikan 0.001 < 0.05 artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba Rumah Madu Az-Zahra.

1. Uji Hipotesis

   a. Uji T ( persial )

      Uji ini digunakan untuk mengetahui apakan variabel independen ( X ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ( Y ), maka perlu dilakukan uji hipotesis dengan membandingkan Dasar Pengambilan Keputusan :

      - Jika sig < 0.05 / Thitung > Ttabel = maka terdapat pengaruh
      - Jika sig > 0.05 / Thitung < Ttabel = maka tidak terdapat pengaruh hasil uji hipotesis secara persial dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL 4.6**

**Hasil Uji T**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Co nstant) | 287341.054 | 210987.471 | | 1.362 | .183 |
| | Pertumbuhan Penjualan | .208 | .056 | .560 | 3.704 | .001 |

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

Sumber: Data Diolah Menggunaka SPSS 16.0

Pada tabel diatas, nilai sig = 0.001 < 0.05 = maka $H_0$ Ditolak dan $H_1$ diterima. Kemudian pada tabel diatas dilihat bahwa tabel Thitung = 3.704. pengujian ini menggunakan uji dua pihak dengan tingkat dengan tingkat signifikan 5% menggunakan rumus $\alpha/2$ = 0.05/2 = 0.025, dan df = 32. Maka nilai Ttabel 2.03693,dapat disimpulkan bahwa Thitung 3.704 > Ttabel 2.03693 = terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan ( X ) terhadap pertumbuhan laba ( Y ) Rumah Madu Az-Zahra.

2. Uji Kecocokan Model Regresi

a. Uji koefisien korelasi ( R )

Uji koefisien korelasi bertujuan untuk mengukur kuatnya hubungan antara variabel pertumbuhan penjualan ( X ) dengan variabel pertumbuhan laba ( Y ) berdasarkan analisis dengan menggunakan program SPSS 16.0 adalah sebagai bertikut:

**TABEL 4.7**

**Hasil Uji Koefisien Korelasi**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .560[a] | .314 | .291 | 395350.125 |

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan

b. Dependent Variable: Lertumbuhan laba

Sumber: data diolah emnggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil output diatas menunjukan hasil R sebesar 0.560, artinya terdapat hubungan antara variabel pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba sebesar 56%. Sehingga dari hasil perhitungan koefisien korelasi hubungan ini dikatakan sangat kuat.

b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) berguna untuk melihat seberapa besar variabel pertumbuhan penjualan dapat dijelaskan oleh variabel pertumbuhan laba. Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS 16.0, diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

**TABEL 4.8**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .560[a] | .314 | .291 | 395350.125 |

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan

b. Dependent Variable: Lertumbuhan laba

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada hasil tabel diatas menunjukan nilai R Square atau Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.314 atau 31%. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba sebesar 31.4%. Sedangkan sisanya ( 1 – 0.314 = 0.686 atau 68,6% ) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti oleh peneliti lain.

## C. Pembahasan Hasil Penelitian

Adapun berdasarkan penelitian analisis hasil dari pengolahan data menggunakan program SPSS versi 16.0 yaitu pengaruh Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba. Hal tersebut dibuktikan dengan koefisien ( B ) bernilai positif yaitu 287342.054. Thitung sebesar 3.704 yang lebih besar dari Ttabel pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 2.03693 ( 3.704 > 2.03693 ). Selain itu, nilai profitabilitas signifikansi sebesar 0.001 juga menunjukan nilai yang lebih kecil dari nilai yang telah ditentukan pada tingkat 5% yaitu sebesar 0.05% ( 0.001 < 0.05 ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh adalah sebesar 0.314 berarti sama dengan sebesar 31.4% Sedangkan sisanya ( 1 – 0.314 = 0.686 atau 68,6% ) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti oleh peneliti lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti yang dilakukan oleh Lailan paradiba ( 2015 ) dengan judul “Pengaruh Laba Bersih Operasi Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Beli” yang mengatakan bahwa laba bersih oprasi memiliki pengaruh positif terhadap

harga saham. Berdasarkan analisis regresi yang menghasilkan korelasi positif dan signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba.

Pada model regresi linear sederhana, dimana variabel independen (X) adalah pertumbuhan penjualan sedangkan variabel dependen (Y) adalah pertumbuhan laba. Y = 287342.054 + 0.208 X . Sesuai dengan persamaan garis regresi tersebut dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: dimana Y = Pertumbuhan penjualan, a = konstan, b = koefisien regresi linear dan X = Pertumbuhan laba.

Nilai konstan ( nilai mutlak Y ) apabila pertumbuhan penjualan ( X ) = 0.208 maka pertumbuhan laba ( Y ) sebesar 287341.054. Artinya setiap penambahan 1% tingkat pertumbuhan penjualan ( X ), maka pertumbuhan laba akan meningkat sebesar 0.208. Karena nilai koefisien regresi bersifat positif ( + ) maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan ( X ) berpengaru terhadap pertumbuhan laba ( Y ).

Kemudian pada uji R Square dapat dilihat pada tabel diatas Kd= R2 X 100% menunjukan nilai $R^2$ bervariasi dari 0

sampai 1, yang artinya jika $R^2$ = 1, maka variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Namun jika $R^2$ = 0, maka variabel bebas tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai $R^2$ semakin tinggi atau mendekati angka 1, maka model yang digunakan semakin baik. Jadi pada uji R Square menunjukan nilai R Square atau Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.314 atau 31%. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba sebesar 31.4%. Sedangkan sisanya ( 1 – 0.314 = 0.686 atau 68,6% ) dipengaruhi oleh faktor lain.