

PENGARUH BIAYA PELAYANAN TERHADAP PENJUALAN WIFI INDIHOME PADA PLASA TELKOM RAJAWALI (Periode 2017 - 2020)

Budi Upayarto¹, Solehudin²

Komputerisasi Akuntansi^{1,2}, Politeknik TEDC^{1,2}

b.upayarto@poltektedc.ac.id¹, solehudinrc2@gmail.com²

Informasi Artikel

Tanggal masuk	25-07-2023
Tanggal revisi	18-09-2023
Tanggal diterima	18-10-2023

Keywords:

Service Fees
Sales

Abstract

The study aims to determine: (1) Service Fees, (2) Sales, and (3) The influence of Service Fees on Sales at Plaza Telkom Rajawali for the 2017-2020 period. Data was collected through documentation, observation, interviews, and literature studies. The type of data used is quantitative data in the form of Service Fees and Sales for the 2017-2020 period. The collected data was then analyzed using Simple Linear Regression Analysis with SPSS Version 22 tools. The research results show that, (1) Service and Sales Fees increase every year and experience a significant decrease in June-July each 2017-2020, (2) Service Fees have a significant influence on sales with a regression coefficient for the service fees variable of 2.357. The strong relationship between the two research variables is shown by the correlation coefficient $r = 0.940$, with a determination coefficient of 88.36%, which means that 11.64% of sales are influenced by other variables. Significance is shown based on the results of a comparison between t_{count} values that is greater than t_{table} , namely $(18.748 > 2.01290)$.

Kata kunci:

Biaya Pelayanan
Penjualan

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: (1) Biaya Pelayanan, (2) Penjualan, dan (3) pengaruh Biaya Pelayanan terhadap Penjualan di Plasa Telkom Rajawali periode tahun 2017-2020. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Data yang digunakan merupakan data kuantitatif yaitu Biaya Pelayanan dan Penjualan periode tahun 2017-2020. Data yang terkumpul lalu dianalisis memakai Analisis Regresi Linear Sederhana dengan alat bantu SPSS Version 22. Hasil menunjukkan, (1) Biaya Pelayanan dan Penjualan setiap tahun ada peningkatan dan mengalami penurunan yang signifikan pada bulan Juni-Juli tahun 2017-2020, (2) Biaya Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan dengan koefisien regresi variable biaya pelayanannya adalah 2,357. Hubungan kuat antara dua variabel penelitian ditunjukkan oleh koefisien korelasi $r = 0.940$, dengan koefisien determinasi sebesar 88,36% yang berarti terdapat 11,64% penjualan dipengaruhi oleh variable lain. Signifikansi ditunjukkan berdasarkan hasil perbandingan antara nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu $(18,748 > 2,01290)$.

1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis dunia di akhir tahun 2020 mulai beranjak kembali normal. Walaupun dalam keadaan Pandemi COVID-19 beragam aktivitas bisnis bermunculan dan berkembang, baik bisnis di bidang perdagangan maupun bisnis di bidang jasa terutama secara daring. Semakin berkembangnya bisnis di bidang jasa ini dilakukan perusahaan-perusahaan mulai dari milik negara maupun swasta. Salah satunya bisnis di bidang layanan internet wifi indihome.

Menurut (Tjiptono, 2008) pelayanan dapat disebut sebagai *service* umumnya berupa produk tidak berwujud fisik (*intangibile*). Sebagai layanan, istilah *service* menyatakan segala aktivitas yang

dilakukan pihak tertentu (baik individu atau grup) kepada pihak lain (baik individu atau grup). Begitupun dalam bisnis indihome, perusahaan dituntut untuk meningkatkan pelayanan dalam penjualan wifi agar mampu bersaing, berkembang dan maju di masa mendatang. Untuk meningkatkan pelayanan tersebut pihak indihome diharapkan lebih teliti dalam melihat situasi dan kondisi yang terjadi.

Upaya untuk menunjang kemajuan perusahaan dalam peningkatan kualitas laba penjualan wifi indihome ini menuntut perusahaan untuk mengeluarkan biaya-biaya dalam pelayanannya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan penjualan dengan baik. Komponen biaya pelayanan terdiri dari biaya promosi, dan biaya operasional perusahaan. Biaya promosi merupakan cara perusahaan untuk memperkenalkan produk dengan menggunakan berbagai sarana komunikasi kepada calon konsumen dan menarik konsumen agar membeli produknya.

Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang terjadi dan terukur memakai satuan uang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. (Carter & William, 2009) menyatakan bahwa biaya merupakan kas atau pengorbanan nilai untuk memperoleh barang atau jasa, yang diharapkan berkontribusi manfaat pada saat ini atau masa depan untuk organisasi. Perusahaan dalam mempromosikan produk yang akan dijual harus meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kuantitas pemasaran dalam mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan agar dapat bersaing di dunia usaha. Seiring dengan banyaknya konsumen yang berlangganan wifi maka pendapatan perusahaan pun akan meningkat dan kondisi keuangan perusahaan pun akan aman.

Plasa Telkom Rajawali atau Indihome merupakan tempat pelayanan (*outlet*) yang dimiliki PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom). Plasa ini dikelola oleh Telkom bekerja sama dengan mitra. *Outlet* tersedia diperuntukkan melayani 3 pelanggan, yaitu calon pelanggan, para pengguna jasa dan atau jasa Telkom Group. Keberadaan *outlet* dimaksudkan untuk pelanggan yang ingin dilayani dengan cara langsung (*face to face*) dengan berbagai kemungkinan alasan, terkait kebutuhan akan semua informasi produk dan layanan Telkom, juga pemenuhan kebutuhan utama, yang di dalamnya terdapat perluasan layanan diversifikasi dengan mitra. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari supervisor perusahaan, biaya pelayanan yang dikeluarkan perusahaan ternyata belum sepenuhnya maksimal sehingga performa penjualan mengalami penurunan ketika terdapat penurunan pada pelayanan.

2. Metode dan Kajian Pustaka

Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya pelayanan terhadap penjualan. Metode yang digunakan dalam mengolah data melalui deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Metode deskriptif (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013) menganalisis data dengan cara memaparkan atau memberi gambaran data terkumpul apa adanya bukan bermaksud untuk menyimpulkan secara umum atau generalisasi. Data penelitian dikumpulkan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, kemudian menyajikan data untuk dipakai dan dipaparkan serta penganalisisan mengenai masalah yang ada melalui aktivitas teknis pengumpulan data yang meliputi dokumentasi, observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Metode kuantitatif merupakan metode yang bersifat numerik, yaitu alat analisis yang menggunakan model seperti model matematika. Melalui metode ini, data penelitian disusun, dideskripsikan, dan dianalisis untuk mengetahui perubahan variabel terikat berdasarkan pengaruh variabel bebas lalu menjelaskan bagaimana hubungan dua variabel melalui uji hipotesis (Misbahudin & Iqbal, 2013)

2.1. Operasionalisasi Variabel

Sugiyono memaparkan bahwa variabel penelitian merupakan setiap sesuatu berbentuk apa saja kemudian oleh peneliti ditetapkan untuk dipelajari hingga didapatkan informasi mengenai hal tersebut, untuk diambil kesimpulannya (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013)

Pada penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat:

1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas juga dikenal sebagai variabel *antecedent*, stimulus, *predictor*. Variabel bebas ini memberi pengaruh atau yang menjadi penyebab perubahan atau yang menimbulkan variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Biaya Pelayanan (X).

2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat disebut juga variabel konsekuen, *output*, atau kriteria. Variabel terikat adalah variabel yang terkena pengaruh atau yang menjadi akibat, dikarenakan adanya variabel bebas. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Penjualan (Y).

Tabel 1. Konsep Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Biaya Pelayanan (X)	Pelayanan Yang Dilakukan	-Biaya Operasional -Biaya Promosi	Rasio
Penjualan (Y)	Jumlah Penjualan	Jumlah Paket Wifi Terjual	Rasio

2.2. Pelayanan

(Wijaya, 1999) berpendapat bahwa, pelayanan merupakan upaya yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi keperluan konsumen hingga mencapai kepuasan. Sedangkan menurut Endar (Sugiarto, 2002) pelayanan adalah tindakan yang dilakukan supaya terpenuhinya kebutuhan pihak lain (baik konsumen, pelanggan, klien, tamu, dan lain-lain) dimana level rasa puasnya hanya dirasa bagi orang yang dilayani dan yang melayani.

Pelayanan merupakan juga sikap atau perlakuan dalam melayani pelanggan agar pelanggan memperoleh kepuasan berupa kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan (Tjiptono, 2008). Pelayanan terhadap pelanggan ini menjadi sangat penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan, dikarenakan tanpa adanya pihak yang dilayani, maka di antara keduanya transaksi jual beli tidak terjadi. Oleh karena itu aktivitas pelayanan perusahaan harus diorientasikan untuk kepuasan pelanggan.

2.2.1. Biaya

Menurut (Carter & William, 2009) definisi biaya merupakan kas atau pengorbanan nilai agar memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau pun di masa depan bagi organisasi. Sedangkan menurut (Mulyadi, Akuntansi Biaya, 2009) dalam arti luas definisi biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang berlaku atau ada kemungkinan akan terjadi, yang dinilai pada standar satuan uang, untuk hasil yang ditetapkan. Jadi biaya adalah sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk mendapatkan manfaat (Widilestariningtyas, W. F, & Anggadini, 2010).

Dari pengertian di atas ada empat hal pokok dalam biaya yaitu:

- 1) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi.
- 2) Diukur pada standar satuan uang.
- 3) Yang telah berlaku atau dimungkinkan akan terjadi.
- 4) Pengorbanan dalam rangka meraih tujuan tertentu.

2.2.1.1. Biaya Operasional

Biaya operasional merupakan salah satu biaya yang terus menerus dikeluarkan berkala untuk berlangsungnya aktivitas bisnis secara normal. Biaya operasional terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Total biaya variabel dipengaruhi proses produksi dan/atau volume penjualan, jadi berubah seiring peningkatan atau penurunan dari penjualan atau produksi. Sedangkan total biaya tetap akan selalu sama meski pun produksi dan/atau volume penjualan alami peningkatan atau penurunan. Maka dari itu biaya yang harus selalu dikeluarkan supaya kegiatan dan operasi perusahaan tetap berlangsung adalah biaya operasional.

2.2.1.2. Biaya Promosi

(Mulyadi, Akuntansi Biaya. Edisi 4, 2002) mengemukakan bahwa biaya promosi merupakan biaya yang terdiri dari semua hal yang terkait dalam pelaksanaan aktivitas promosi atau aktivitas untuk memasarkan produk perusahaan baik barang atau pun jasa kepada pembeli hingga pengumpulan piutang menjadi kas.

2.3. Pendapatan

Moh. Kurdi menerjemahkan dari "Kamus Istilah Akuntansi" karangan oleh (Joel & Jae, 2009) yang menyatakan pendapatan sebagai penambahan aset perusahaan serta penurunan liabilitas dari hasil aktivitas perusahaan selama suatu periode akuntansi tertentu, utamanya aktivitas operasi perusahaan pada bidang penjualan produk, jasa layanan, hingga keuntungan dari deviden, bunga, royalti, serta pendapatan sewa.

Adapun dari Ikatan Akuntan Indonesia (Indonesia, 2004) mendefinisikan bahwa pendapatan sebagai arus masuk bruto (sebelum dikurangi beban-beban dan biaya) timbul dari kegiatan normal entitas selama suatu periode tertentu namun arus masuk itu bukan berasal dari penanaman modal pihak luar yang mengakibatkan kenaikan ekuitas.

2.3.1. Penjualan

Penjualan adalah tujuan pokok dilakukannya kegiatan entitas. Perusahaan ketika hasilkan barang/jasa punya tujuan akhir, yaitu untuk menjual barang/jasa ke masyarakat. Maka, penjualan mempunyai peran penting bagi entitas agar hasil produknya bisa terjual dan memberi penghasilan untuk entitas bisnis.

Penjualan merupakan persetujuan antara pembeli dan penjual, ketika penjual tawarkan sesuatu produk berharap pembeli memberikan imbalan dengan sejumlah uang sebagai alat tukar produk tersebut, sesuai kesepakatan harga jual (Moekijat, 2000)

2.4. Analisis Data

Data merupakan sampel yang diambil dari laporan keuangan terbitan perusahaan tahun 2017 s.d. 2020. Data biaya pelayanan dan hasil penjualan kemudian dianalisis memakai rumus regresi linier sederhana agar diketahui seberapa besar pengaruh biaya pelayanan terhadap penjualan.

$$\hat{Y} = a + bX \quad (1)$$

Dimana \hat{Y} adalah penjualan sebagai variabel terikat, a adalah konstanta biaya pelayanan untuk $X = 0$, b adalah koefisien yang menggambarkan kenaikan atau pun penurunan variabel penjualan, dan X adalah biaya pelayanan sebagai variabel bebas.

Mengacu pada rumus di atas, maka untuk mengetahui nilai a dan b dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \quad (2)$$

$$b = \frac{(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \quad (3)$$

Dimana n adalah jumlah data.

Hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah:

- 1) Jika $b = 0$, maka tidak terdapat pengaruh variabel biaya pelayanan terhadap variabel penjualan
- 2) Jika $b \neq 0$, maka ada pengaruh variabel biaya pelayanan terhadap variabel penjualan.

2.5. Hipotesis Penelitian

Ada pun hipotesis penelitian yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

- 1) H_0 = Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel biaya pelayanan terhadap variabel penjualan.
- 2) H_a = Terdapat pengaruh signifikan antara variabel biaya pelayanan terhadap variabel penjualan.

2.6. Pengujian Hipotesis

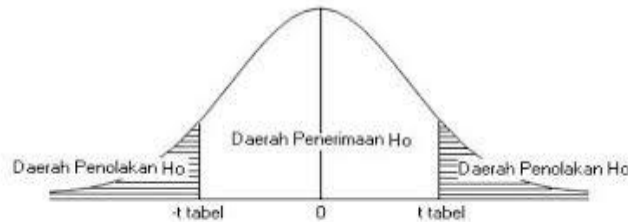
Hipotesis penelitian yang akan diuji merupakan ada atau tidak adanya pengaruh signifikan dari biaya pelayanan (variabel X) sebagai variabel bebas dengan penjualan (variabel Y) sebagai variabel terikat. Pengujian hipotesis tersebut melalui analisis data yang diperoleh menggunakan rumus uji t .

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (4)$$

Dimana t adalah hasil uji signifikansi, r adalah koefisien korelasi, dan n adalah jumlah populasi data.

$$DK = n - k \quad (5)$$

Dimana DK sebagai derajat kebebasan, n sebagai jumlah data observasi/responden, dan k adalah jumlah variabel penelitian. Gambar 1 berikut menunjukkan area penerimaan dan penolakan atas hipotesis, yang ditunjukkan dengan hasil uji t berupa area penerimaan dan penolakan hipotesis.



Gambar 1. Uji Signifikasi Koefisien Dengan Uji Dua Pihak

Besarnya derajat kebebasan (df) adalah $n-2$ dengan tingkat kepercayaan 95%, karena pengujian dilakukan dengan 2 sisi atau 2 pihak maka yang digunakan adalah $\alpha/2$, oleh karena itu, keputusan diambil adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ada di area penolakan, berarti H_a diterima artinya antara variable biaya pelayanan dan variable penjualan punya pengaruh signifikan.
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 ada di area penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variable biaya pelayanan dan variable penjualan tidak punya pengaruh signifikan.

3. Hasil dan Pembahasan

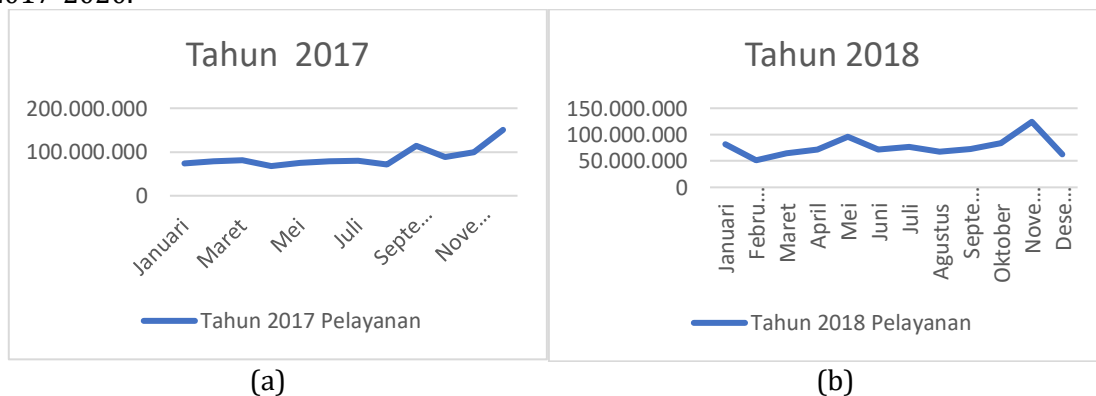
3.1. Analisis Biaya Pelayanan

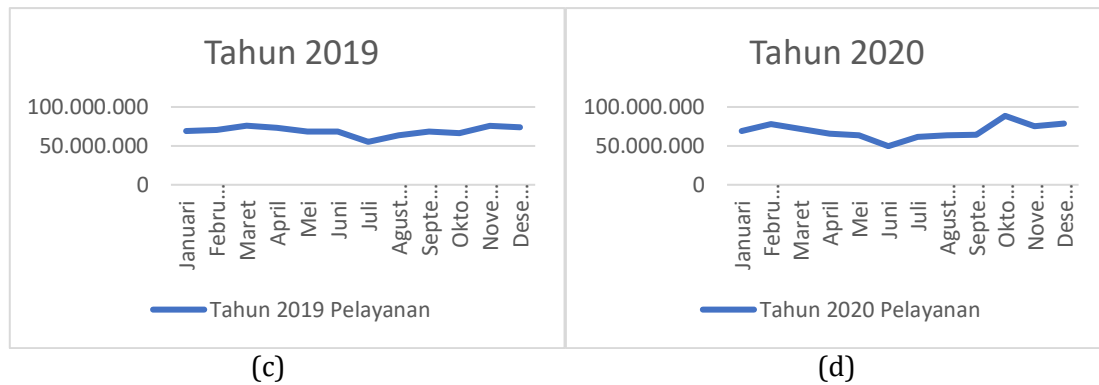
Variabel yang diteliti adalah biaya pelayanan sebagai variabel independen dan penjualan sebagai variabel dependen. Berikut adalah data biaya pelayanan dari tahun 2017-2020 seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Pelayanan Perusahaan PlasaTelkom Rajawali tahun 2017-2020

Bulan	Pelayanan			
	Tahun 2017 (Rp)	Tahun 2018 (Rp)	Tahun 2019 (Rp)	Tahun 2020 (Rp)
Januari	73.962.000	81.628.000	69.084.000	69.407.000
Februari	78.878.000	51.335.000	70.655.000	77.880.000
Maret	81.320.000	64.319.000	75.713.000	71.566.000
April	67.863.000	71.585.000	73.528.000	65.990.000
Mei	74.833.000	96.281.000	68.399.000	63.852.000
Juni	78.790.000	71.569.000	68.373.000	49.628.000
Juli	79.738.000	77.047.000	55.176.000	61.266.000
Agustus	71.405.000	67.162.000	63.390.000	63.323.000
September	113.866.000	72.325.000	68.417.000	64.355.000
Oktober	88.172.000	83.805.000	66.544.000	88.612.000
November	98.877.000	124.306.000	75.761.000	75.445.000
Desember	150.639.000	62.907.000	73.652.000	78.932.000
Total	1.058.343.000	924.269.000	828.692.000	830.256.000

Berdasarkan Tabel 2 maka dapat diketahui fluktuatifnya biaya pelayanan setiap bulan selama tahun 2017-2020.





Gambar 2. Grafik Biaya Pelayanan tahun: (a) 2017; (b) 2018; (c) 2019; dan (d) 2020

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 2(a), maka dapat diketahui bahwa angka terendah biaya pelayanan terjadi di bulan April yaitu Rp. 67.863.000. Angka nilai tertinggi terjadi di bulan Desember yaitu Rp. 150.639.000, dengan total biaya pelayanan pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.058.343.000.

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 2(b), maka dapat diketahui bahwa angka terendah biaya pelayanan terjadi di bulan Februari yaitu Rp. 51.335.000. Angka tertinggi terjadi pada bulan November yaitu Rp. 124.306.000, dengan total biaya pelayanan pada tahun 2018 sebesar Rp. 924.269.000.

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 2(c), maka dapat diketahui bahwa angka terendah biaya pelayanan terjadi di bulan Juli yaitu Rp. 55.176.000. Angka tertinggi terjadi pada bulan November yaitu Rp. 75.761.000, dengan total biaya pelayanan pada tahun 2019 sebesar Rp. 828.692.000.

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 2(d), maka dapat diketahui bahwa angka terendah biaya pelayanan terjadi di bulan Juni yaitu Rp. 49.628.000. Angka tertinggi terjadi pada bulan Oktober yaitu Rp. 88.612.000, dengan total biaya pelayanan pada tahun 2020 sebesar Rp. 830.256.000.

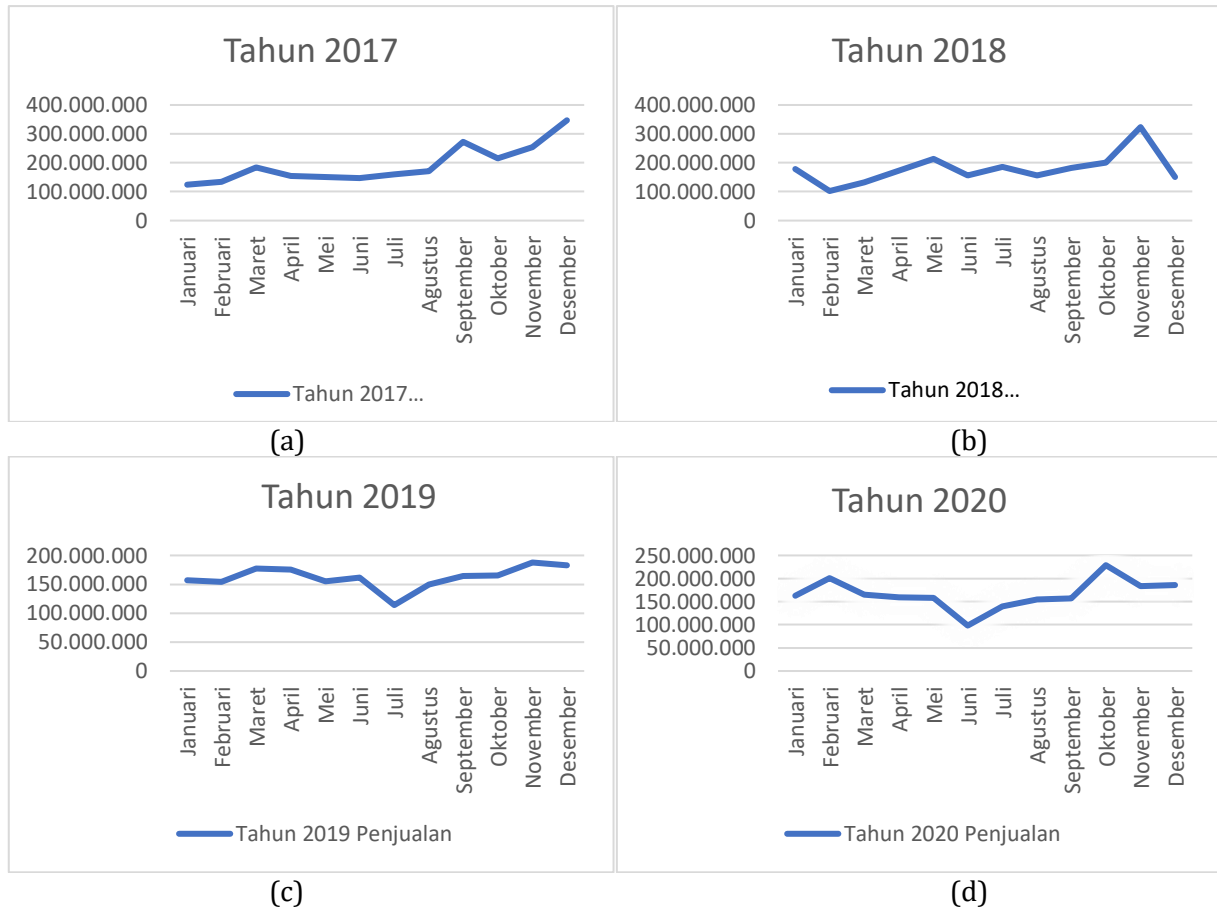
3.2. Analisis Penjualan

Berikut adalah data penjualan dari tahun 2017-2020 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penjualan Perusahaan Plasa Telkom Rajawali tahun 2017-2020

Penjualan				
Bulan	Tahun 2017 (Rp)	Tahun 2018 (Rp)	Tahun 2019 (Rp)	Tahun 2020 (Rp)
Januari	124.280.000	177.945.000	156.930.000	163.065.000
Februari	134.265.000	102.295.000	154.140.000	201.175.000
Maret	184.220.000	132.290.000	177.000.000	164.735.000
April	153.825.000	172.845.000	175.660.000	159.570.000
Mei	149.975.000	213.095.000	155.575.000	158.135.000
Juni	146.600.000	156.300.000	161.515.000	98.300.000
Juli	159.925.000	185.220.000	114.060.000	139.290.000
Agustus	170.555.000	156.730.000	149.960.000	154.920.000
September	271.655.000	182.515.000	164.785.000	157.205.000
Oktober	215.380.000	200.890.000	165.050.000	228.905.000
November	253.265.000	323.475.000	187.775.000	183.275.000
Desember	347.030.000	149.930.000	182.445.000	185.840.000
Total	2.310.975.000	2.153.530.000	1.944.895.000	1.994.415.000

Berdasarkan Tabel 3, maka dapat diketahui fluktuatifnya penjualan setiap bulan selama 2017-2020.



Gambar 3. Grafik Penjualan tahun 2017

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 3(a), maka dapat diketahui bahwa angka terendah Penjualan terjadi di bulan Januari yaitu Rp. 124.280.000. Angka tertinggi terjadi pada bulan Desember yaitu Rp. 347.030.000, dengan total penjualan pada tahun 2017 sebesar Rp. 2.310.975.000.

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 3(b), maka dapat diketahui bahwa angka terendah penjualan terjadi di bulan Februari yaitu Rp. 102.295.000. Angka tertinggi terjadi pada bulan November yaitu Rp. 323.475.000, dengan total Penjualan pada tahun 2018 sebesar Rp. 2.153.530.000.

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 3(c), maka dapat diketahui bahwa angka terendah penjualan terjadi di bulan Juli yaitu Rp. 114.060.000. Angka tertinggi terjadi pada bulan November yaitu RP. 187.775.000, dengan keseluruhan total penjualan di tahun 2019 sebesar Rp. 1.944.895.000.

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 3(d), maka dapat diketahui bahwa angka terendah penjualan terjadi di bulan Juni yaitu Rp. 98.300.000. Angka tertinggi terjadi pada bulan Oktober yaitu Rp. 228.905.000, dengan total Penjualan pada tahun 2020 sebesar Rp. 1.994.415.000.

3.3. Hubungan Biaya Pelayanan dengan Penjualan

3.3.1. Karakteristik Statistik Deskriptif Perusahaan

Tabel berikut menunjukkan statistik deskriptif komponen perusahaan, yakni biaya pelayanan dan penjualan.

Tabel 4. Karakteristik Data

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Pelayanan	48	49628000	150639000	75865833,33	17471599,205
Penjualan	48	98300000	347030000	175079479,17	47133368,744
Valid N (<i>listwise</i>)	48				

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dengan jumlah sampel sebanyak 48, rata-rata Penjualan adalah Rp175.079.479,17 dan rata-rata biaya pelayanan adalah Rp75.865.833,33. Kemudian standar

deviasi penjualan adalah Rp47.133.368,744 dan standar deviasi biaya pelayanan adalah Rp17.471.599,205.

3.3.2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel X (biaya pelayanan) dan variabel Y (penjualan). Berikut adalah tabel dari hasil perhitungan regresi linier sederhana yang telah dilakukan terhadap biaya pelayanan dan penjualan dengan menggunakan program SPSS 22.0 for windows.

Tabel 5. Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients					Standardized Coefficients
	B	Std. Error				
1 (Constant)	-17378330,051	10528630,567		-1,651	,106	
Biaya Pelayanan	2,537	,135	,940	18,748	,000	

a. Dependent Variable: Penjualan

Setelah didapat nilai a dan b, persamaan regresi linier sederhana bisa disusun. Persamaan regresi biaya pelayanan dan penjualan adalah:

$$\hat{Y} = (-17378330,051) + (2,537) X$$

Artinya: apabila biaya pelayanan ditingkatkan sejumlah Rp1 akan terjadi kenaikan pada penjualan sejumlah Rp2,537, sedangkan faktor lain dianggap tetap.

$a = -17378330,051$, ini menunjukkan bahwa jika tidak ada biaya pelayanan maka penjualan sebesar -17378330,051.

$b \neq 0 = 2,537$, memiliki korelasi positif menunjukkan satu arah, artinya jika biaya pelayanan naik maka penjualan juga akan naik dan jika biaya pelayanan turun maka penjualan akan turun.

3.3.3. Analisis Korelasi

Koefisien korelasi Pearson bisa dihitung melalui alat bantu program SPSS 22.0 for windows. Penyajian berikut adalah tabel hasil keluaran perhitungan koefisien korelasi Pearson dengan program SPSS 22.0 for windows.

Tabel 6. Koefisien Korelasi			
Correlations			
		BP	P
BP	Pearson Correlation	1	,940**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	48	48
P	Pearson Correlation	,940**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	48	48

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

Berdasarkan perhitungan di atas maka diketahui nilai koefisien korelasi r sebesar 0,940 artinya bahwa hubungan kedua variable kuat.

3.3.4. Analisis Determinasi

Berikut ini adalah table hasil perhitungan koefisien determinasi menggunakan program SPSS 22.0 for windows:

Tabel 7. Koefisien Determinasi				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,940a	,884	,882	16207407,30520

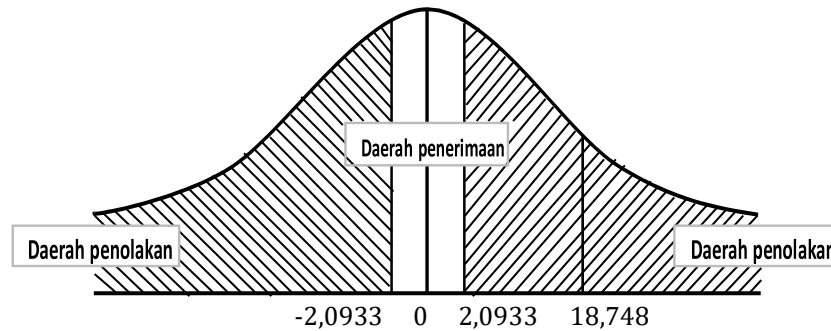
a. Predictors: (Constant), Biaya Pelayanan

Berdasar pada keluaran perhitungan dengan memakai rumus koefisien determinasi dan penggunaan program SPSS 22.00 for windows didapat bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 88,36%, artinya biaya pelayanan dapat mempengaruhi penjualan sebesar 88,36%, sedangkan sisanya 11,64% dipengaruhi oleh faktor lain.

3.3.5. Uji Hipotesis

Pada pengujian hipotesis ini dibandingkan antara nilai t_{hitung} yang diperoleh pada Tabel 5 sebelumnya sebesar 18,748 dengan t_{tabel} . Mengacu pada tabel distribusi dan dilihat dari Titik Persentase Distribusi t (df= 41-80) didapat nilai t_{tabel} sebesar 2,01290, pada derajat kebebasan (df) n-2 dan level kepercayaan 95%.

Nilai t yang diperoleh adalah sebesar 2,01290 dan -2,01290. Nilai terhitung lebih besar dari tabel ($18,748 > 2,01290$) dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan pada gambar 4. yang menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($18,748 > 2,01290$) maka H_0 berada di daerah penolakan berarti H_a diterima yang artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya pelayanan dengan penjualan pada perusahaan Plasa Telkom Rajawali.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis yang telah dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana didapat persamaan regresi: $\hat{Y} = (-17378330,051) + (2,537) X$. Sedangkan untuk analisis koefisien korelasi Pearson besar 0,940 berarti kedua variabel berhubungan kuat, tanda positif memperlihatkan hubungan variabel X satu arah dengan variabel Y, jika biaya pelayanan naik maka penjualan akan naik dan atau sebaliknya.

Ada pun bagi koefisien determinasi (KD) sebesar 88,36%, berarti biaya pelayanan dapat mempengaruhi penjualan sebesar 88,36%. Sedangkan sisanya 11,64% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan hasil uji hipotesis nilai t_{hitung} sebesar 18,748 dan nilai $t_{tabel} \pm 2,01290$ yang menyatakan bahwa hipotesis H_0 ditolak maka H_a diterima, berarti biaya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

Ucapan terima kasih

Terima kasih kepada Bapak Anwar, selaku supervisor Plasa Telkom Rajawali yang telah bersedia diwawancarai dan membantu dalam memperoleh informasi yang diperlukan selama penelitian ini

Referensi

- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Revisi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Certer, & William, K. (2009). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djasdim, S. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Indonesia, I. A. (2004). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jatmiko, R. (2004). *Pengantar Bisnis*. Malang: UMM Press.
- Joel, S. G., & Jae, S. K. (2009). *Kamus Istilah Akuntansi*. Jakarta: Elekmedia Komputindo.
- Misbahudin, & Iqbal, H. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Edisi 2 Cetakan Ke-2*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Moekijat. (2000). *Kamus Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Mulyadi. (2002). *Akuntansi Biaya. Edisi 4*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Mulyadi. (2009). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: 2009.
- Nasir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Philips, K. (2005). *Manajemen Pemasaran. Yang dialihbahasakan oleh Teguh Hendra, Roni A, dan Benyamin Molan. Jilid I. Edisi 2.* Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Sugiarto, E. (2002). *Definisi Pelayanan.* Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi 3.* Yogyakarta: Andi.
- Widilestariningtyas, O., W. F. S., & Anggadini, S. D. (2010). *Akuntansi Biaya.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wijaya, J. (1999). *Pengertian Pelayanan.* Jakarta: Salemba Empat.