

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH PENINGKATAN PENJUALAN  
*HANDPHONE BLACKBERRY* TERHADAP LABA  
PERUSAHAAN**



**Disusun oleh :**

**Anneke Sunardi**

**12060447**

**Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
2011**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PENINGKATAN PENJUALAN  
HANDPHONE BLACKBERRY TERHADAP LABA  
PERUSAHAAN**

Nama : Anneke Sunardi

NIM : 12060447

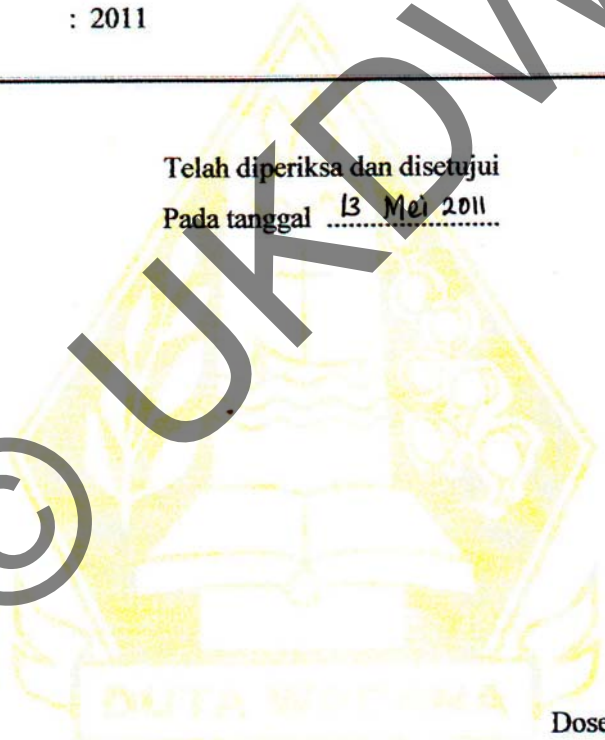
Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Akuntansi

Tahun : 2011

---

Telah diperiksa dan disetujui  
Pada tanggal 13 Mei 2011



Dosen Pembimbing,

Drs. Marbudy Tyas Widodo, MM. Ak

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Akuntansi Fakultas ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana  
dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Tanggal

13 MAY 2011

Mengesahkan  
Pembantu Dekan Bidang Akademik Akuntansi



Dra. Insiwijati Prasetyaningsih, MM.

### DEWAN PENGUJI :

1. Drs. Marbudo Tyas Widodo, MM., Akt

2. Dra. Putriana Kristanti, MM., Akt

3. Eko Budi Santoso, SE., M.Si, Ak

**HALAMAN PERSEMBAHAN**



*Dengan sepenuh hati,  
Skripsi ini kupersembahkan untuk:*

*Jesus Crist My Savior  
My beloved mom 'n dad  
Someone special.... ^^  
All my friends*

## HALAMAN MOTTO

**Takut akan TUHAN adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina didikan (Ams 1:7)**

**Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh harapannya pada TUHAN (Yer 17:7)**

**Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya (pengkt 3:11a)**



UKDW

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, aleluya dan terima kasih kepada *Jesus Christ* yang selalu memberkati dan melimpahkan kasih dan rahmatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**ANALISIS PENGARUH PENINGKATAN PENJUALAN *HANDPHONE BLACKBERRY* TERHADAP LABA PERUSAHAAN**" dengan baik.

Adapun penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang diwajibkan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas ekonomi program studi akuntansi, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis sendiri juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi yang jauh dari sempurna ini tidaklah terlepas dari dukungan, semangat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang terhingga kepada :

1. Drs. Marbudy Tyas Widodo MM. Ak, selaku dosen pembimbing, yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan masukan-masukan membangun yang mendukung dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya yang berharga.
3. Papa dan Mama tercinta yang selalu memberikan dukungan, bimbingan, doa dan kasih sayangnya yang tak terhingga. *Love you both, Mom and Dad.*
4. Pacarku yang selalu menemani dan memberi dukungan buat aku.

5. Winda, Cindy dan Mbak Mey teman baikku yang selama ini banyak memberikan bantuan dan masukan untuk membantu proses pembuatan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan disini yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun, agar dapat berguna di kemudian hari.

Akhir kata semoga Tuhan selalu memberkati dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, .....

Penulis,

**Anneke Sunardi**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	6
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pengaruh.....	7
2.1.2 Penjualan.....	7
2.1.2.1 Definisi Penjualan.....	7
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kegiatan Penjualan.....	8
2.1.2.3 Langkah-langkah dalam Proses Penjualan.....	9
2.1.3 Laporan Keuangan.....	11
2.1.4 Analisis Laporan Keuangan.....	16



2.1.5 Laba.....	17
2.1.5.1 Penghasilan Inkremental ( <i>incremental revenue</i> ).....	18
2.1.5.2 Biaya ( <i>cost</i> ).....	19
2.2 Pengendalian.....	25
2.3 Perumusan Hipotesis.....	26
2.4 Model Penelitian.....	26
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Populasi dan Sampel.....	27
3.2 Jenis Data Penelitian.....	28
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Teknik Analisis Data.....	28
<b>BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Laba Counter MM Phone.....	30
4.2 Analisis Laba Counter Cahaya Celullar.....	33
4.3 Analisis Laba Counter Quick Celullar.....	36
4.4 Analisis Laba Bersih.....	39
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan November di Counter MM Phone.....	30
Tabel 2. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan Desember di Counter MM Phone.....	31
Tabel 3. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan Januari di Counter MM Phone.....	32
Tabel 4. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan November di Counter Cahaya Celullar.....	33
Tabel 5. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan Desember di Counter Cahaya Celullar.....	34
Tabel 6. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan Januari di Counter Cahaya Celullar.....	35
Tabel 7. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan November di Counter Quick Celuller.....	36
Tabel 8. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan Desember di Counter Quick Celuller.....	37
Tabel 9. Laporan Laba Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan Januari di Counter Quick Celuller.....	38
Tabel 10. Laporan Laba Bersih Penjualan HP tanpa <i>Blackberry</i> dan dengan <i>Blackberry</i> bulan November sampai Januari.....	39
Tabel 11. Laporan Laba Penjualan HP <i>Blackberry</i> Bulan November sampai Bulan Januari.....	41
Tabel 12. Proporsi Laba Bersih Penjualan dengan <i>Blackberry</i> dan tanpa <i>Blackberry</i> Bulan November sampai Januari.....	42
Tabel 13. Data Laba untuk masing-masing Merk HP di Counter MM Phone.....	43
Tabel 14. Data Laba untuk masing-masing Merk HP di Counter Cahaya Cellular.....	45
Tabel 15. Data Laba untuk masing-masing Merk HP di Counter Quick Cellular.....	46

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1. Model Penelitian .....	26

© UKDW

## ABSTRAK

Laba merupakan selisih jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya yang menghasilkan produk atau jasa dengan penerimaan dari hasil penjualan. Akan tetapi, di kalangan perusahaan, perkembangan dan kemajuan dunia usaha telah membawa ke arah persaingan yang semakin ketat, sehingga usaha untuk mencapai laba tidaklah mudah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh peningkatan penjualan *handphone Blackberry* di Gedung Wisma Hartono terhadap laba perusahaan.

Populasi penelitian ini adalah *counter handphone* di Gedung Wisma Hartono Lt II Yogyakarta 2010-2011. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini mengambil data laporan penjualan dan laporan rugi laba dari 3 counter HP (MM Phone, Cahaya Cellular, dan Quick Cellular) selama bulan November 2010 sampai Januari 2011. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini adalah laba dari penjualan *Blackberry* berkontribusi lebih dari 30% (rata-rata 34,51%) dari total laba bersih penjualan di counter MM Phone, laba dari penjualan *Blackberry* berkontribusi lebih dari 30% (rata-rata 35,04%) dari total laba bersih penjualan di counter Cahaya Cellular, dan laba dari penjualan *Blackberry* berkontribusi lebih dari 30% (rata-rata 36,18 %) dari total laba bersih penjualan di counter Quick Cellular.

*Kata kunci: laba, blackberry, penjualan handphone*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada dasarnya setiap perusahaan, baik perusahaan dagang, industri, maupun jasa mempunyai tujuan untuk memperoleh laba yang optimal. Laba merupakan selisih jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya yang menghasilkan produk atau jasa dengan penerimaan dari hasil penjualan. Akan tetapi, di kalangan perusahaan, perkembangan dan kemajuan dunia usaha telah membawa ke arah persaingan yang semakin ketat, sehingga usaha untuk mencapai laba tidaklah mudah. Peningkatan penjualan yang tinggi belumlah berarti mendapatkan laba yang besar (Kustatik, 2009).

Dalam mencapai tujuan tersebut tidak semudah membalikkan telapak tangan, karena setiap perusahaan akan memaksa mereka untuk bersaing keras. Tidak salah bila dikatakan bahwa perusahaan yang mengabaikan persaingan akan terdesak mundur bahkan akan gulung tikar. Oleh karena itu, perusahaan harus tetap mengikuti perkembangan di luar agar bisa bertahan, minimal meningkatkan kemampuan bersaing, sehingga perusahaan dapat hidup terus dan berkembang (Bambang Riyanto, 2001 dalam Kustatik, 2009).

Menurut Henry Faizal Noor (2007) yang diadaptasi oleh Kustatik (2009) setiap perusahaan akan berusaha untuk mendapat laba sebesar atau seoptimal mungkin. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan harus memperoleh pendapatan (*income*) sebesar mungkin, dan menekan biaya

(*cost*) sekecil mungkin. Pendapatan dari perusahaan berasal dari penjualan, hasil penjualan yang diterima perusahaan berasal dari produksi barang dan jasa yang dilakukannya, maka semakin tinggi produktivitas perusahaan semakin besar pendapatan, dan semakin tinggi efisiensi proses produksi, semakin rendah biaya, sehingga semakin besar laba yang didapat perusahaan.

Kustatik (2009) mengatakan bahwa perencanaan dan realisasi dalam memperbesar laba dapat dilakukan melalui tiga langkah yang meliputi: (1) menekan biaya produksi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada, (2) menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki, dan (3) meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin. Ketiga langkah tersebut saling berkaitan satu sama lain dan mempunyai hubungan yang sangat erat sehingga tidak dapat di pisahkan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang di kehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi laba. Oleh karena itu dalam memprediksi laba hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting.

Melihat perkembangan saat ini, dari sekian banyak peluang usaha yang ada, jenis usaha penjualan *handphone* merupakan salah satu bentuk usaha yang banyak diminati. Gedung Wisma Hartono merupakan salah satu pasar *handphone* yang ada di Yogyakarta. Di dalam Gedung Wisma Hartono terbagi atas beberapa *counter handphone* dengan pemilik yang berbeda-beda.

Dalam pengambilan untung terhadap penjualan *handphone* tidak dapat mengambil dalam porsi besar dikarenakan adanya persaingan harga antara satu *counter* dengan *counter* yang lain. Tipe *handphone* yang dijual di dalam gedung Wisma Hartono juga beragam mulai dari produk Cina sampai produk Jepang yang mementingkan kualitas produk. Melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat, perusahaan Canada berlomba-lomba untuk menghasilkan sebuah produk *handphone* yang dapat dinikmati konsumern, salah satunya yaitu produk *Blackberry*.

Strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan *Blackberry* hampir sama dengan strategi pemasaran perusahaan-perusahaan lainnya. Tetapi dalam penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan *Blackberry* sedikit berbeda. Dalam penetapan harga, perusahaan *Blackberry* akan menggunakan strategi yang dapat meningkatkan volume penjualan. Kegiatan penjualan merupakan salah satu faktor penentu atas perolehan laba yang optimal. Laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Laba sebagai suatu pengukuran kinerja perusahaan merefleksikan terjadinya proses peningkatan atau penurunan modal dari berbagai sumber transaksi (Takarini dan Ekawati, 2003 dalam Hapsari 2007). Oleh karena itu, laba perusahaan diharapkan dapat mengalami kenaikan setiap periodenya, sehingga dibutuhkan estimasi laba yang akan dicapai di masa mendatang. Hasil dari suatu estimasi yang akurat bermanfaat untuk menghasilkan gambaran tentang masa depan suatu perusahaan. Begitu

pentingnya informasi tersebut, sehingga terdapat usaha untuk memprediksi dini laba suatu perusahaan (Rachmawati, 2004 dalam Fitriadi, 2009).

Penelitian mengenai analisis peningkatan penjualan dalam memprediksi laba sudah pernah dilakukan oleh Hapsari (2007) yang melakukan penelitian mengenai “Analisis Rasio Keuangan untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Total Asset Turnover* (TAT), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Gross Profit Margin* (GPM) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba, sedangkan variabel *Working Capital to Total Asset* (WCTA), *Current Liabilities To Inventory* (CLI) dan *Operating Income to Total Assets* (OITL) tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Keenam variabel yang digunakan dalam penelitian ini (WCTA, CLI, OITL, TAT, NPM dan GPM) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Kemampuan prediksi dari keenam variabel secara simultan adalah sebesar 12,6%.

Berdasarkan uraian di atas ditambah adanya penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk meneliti kembali mengenai: “Analisis Pengaruh Peningkatan Penjualan *Handphone Balckberry* di Gedung Wisma Hartono terhadap Laba Perusahaan”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat dirumuskan permasalahan yaitu apakah peningkatan penjualan *handphone*



*Blackberry* di Gedung Wisma Hartono berpengaruh terhadap laba perusahaan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui pengaruh peningkatan penjualan *handphone Blackberry* di Gedung Wisma Hartono terhadap laba perusahaan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dengan adanya penelitian ini antara lain:

1. Dapat memberi gambaran kepada mahasiswa yang akan membuka usaha sendiri sehingga dapat memprediksi laba yang akan dicapai.
2. Dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan perusahaan terutama mengenai pencapaian laba yang dipengaruhi oleh peningkatan penjualan.
3. Dapat menerapkan teori-teori yang telah dipelajari untuk memecahkan masalah-masalah yang ada dalam perusahaan.
4. Dapat berguna bagi pembaca yang membutuhkan bahan referensi terutama yang berkaitan dengan peningkatan penjualan dalam memprediksi laba.
5. Dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi laba.

### 1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang di teliti dapat mengarah pada tujuan yang di harapkan, maka untuk dapat mempermudah dalam pelaksanaan penelitian di perlukan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Tempat Penelitian : Gedung Wisma Hartono
2. Waktu Penelitian : Periode November 2010 - Januari 2011
3. Responden yang di teliti adalah 3 Perusahaan (MM Phone, Cahaya Celullar, dan Quick Celullar).



© UKDW

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Pengaruh penjualan *Blackberry* dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh outlet (counter handphone), sehingga perolehan laba outlet juga mengalami peningkatan. Secara lengkap disimpulkan sebagai berikut:

1. Counter MM Phone

Laba dari penjualan *Blackberry* berkontribusi lebih dari 30% (rata-rata 34,51%) dari total laba bersih penjualan di counter MM Phone.

2. Counter Cahaya Cellular

Laba dari penjualan *Blackberry* berkontribusi lebih dari 30% (rata-rata 35,04%) dari total laba bersih penjualan di counter Cahaya Cellular.

3. Counter Quick Cellular

Laba dari penjualan *Blackberry* berkontribusi lebih dari 30% (rata-rata 36,18 %) dari total laba bersih penjualan di counter Quick Cellular.

4. Laporan Laba Bersih Penjualan HP tanpa *Blackberry* dan dengan *Blackberry* bulan November sampai Januari.

Setiap counter mengalami peningkatan laba bersih penjualan HP untuk bulan November dan Desember. Sedangkan pada bulan Januari hanya MM Phone yang memiliki peningkatan laba untuk laba bersih tanpa *Blackberry*.

5. Laporan Laba Penjualan HP *Blackberry* Bulan November sampai Bulan Januari.

Persentase laba penjualan *Blackberry* bulan November sampai bulan Januari untuk setiap counter lebih besar dari 5%. Ketiga counter memiliki persentase laba penjualan *Blackberry* terbesar pada bulan November.

6. Proporsi Laba Bersih Penjualan dengan *Blackberry* dan tanpa *Blackberry* Bulan November sampai Bulan Januari.

Laba dari penjualan *Blackberry* memiliki kontribusi lebih dari 30% untuk semua counter. Pengaruh laba dari penjualan *Blackberry* di setiap counter memiliki persentase terbesar pada bulan November yaitu MM Phone sebesar 35,39%, Cahaya Celullar sebesar 37,21%, dan Quick Celullar sebesar 38,20%.

7. Data Laba untuk masing-masing Merk HP di Counter MM Phone.

Berdasarkan kontribusi laba masing-masing merk HP yang dijual di counter MM Phone terlihat bahwa penjualan *Blackberry* selama bulan November sampai Januari paling tinggi dibandingkan dengan merk lain. Meskipun pada bulan Januari penjualan *Blackberry* mengalami penurunan laba akan tetapi secara rata-rata selama bulan November sampai Januari masih lebih tinggi dibandingkan dengan merk lain. Rata-rata penjualan *Blackberry* pada bulan November sampai Januari sebesar Rp. 18.708.333 yang masih lebih tinggi dari rata-rata laba penjualan HP Nokia sebesar Rp. 16.551.667. Hal ini mengindikasikan

penjualan *Blackberry* berpengaruh terhadap laba penjualan HP di counter MM Phone.

8. Data Laba untuk masing-masing Merk HP di Counter Cahaya Cellular. Berdasarkan data laba untuk masing-masing merk HP pada bulan November sampai bulan Januari, terjadi penurunan laba penjualan *Blackberry* di counter Cahaya Cellular pada bulan Januari. Akan tetapi penjualan *Blackberry* tetap berpengaruh terhadap laba penjualan HP di counter Cahaya Cellular karena rata-rata penjualan *Blackberry* dari bulan November sampai Januari sebesar Rp.19.116.667 masih lebih besar dibandingkan dengan rata-rata penjualan HP Nokia sebesar Rp. 16.441.667. Dengan demikian secara keseluruhan penjualan *Blackberry* lebih berpengaruh terhadap peningkatan laba di counter Cahaya Cellular dibandingkan HP merk lain.
9. Data Laba untuk masing-masing Merk HP di Counter Quick Cellular. Kontribusi penjualan *Blackberry* pada bulan Januari di counter Quick Cellular mengalami sedikit penurunan. Akan tetapi penurunan tersebut tidak signifikan sehingga penjualan *Blackberry* tetap berpengaruh terhadap laba penjualan HP di counter Quick Cellular. Hal ini dibuktikan dari rata-rata penjualan *Blackberry* sebesar Rp. 20.908.333, sedangkan rata-rata penjualan HP Nokia sebesar Rp. 17.863.333.

## 5.2. Saran

1. Bagi para pemilik counter, harus dapat meningkatkan penjualan *Blackberry* agar laba yang diperoleh semakin besar misalnya dengan promosi yang cukup baik sehingga dapat menarik perhatian konsumen dalam pembelian *Blackberry*.
2. Bagi para peneliti yang tertarik dan ingin melanjutkan penelitian ini, dapat melakukan penelitian dengan jumlah outlet lebih dari 3 agar hasilnya dapat lebih baik, selain itu peneliti juga harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan penjualan *Blackberry* agar laba yang dihasilkan semakin meningkat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Robert N., and Govindarajan, Vijay. 2000. *Management Control System Sistem Pengendalian Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat.
- Ang, Robert. 1997. *Buku Pintar: Pasar Modal Indonesia*. Mediasoft Indonesia
- Belkaoui, Ahmed, dkk. 1993. *Teori Akuntansi, Edisi Kedua*. Erlangga
- Erlina.2002.*Fungsi dan Pengertian Akuntansi Biaya*. USU Digital Library.
- Fitriadi, Herry Aldhila. 2009. Analisis Rasio Profitabilitas Dalam Memprediksi Laba. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hanafi, Mamduh M. dan Abdul Halim. 2005. *Analisis Laporan Keuangan*. UPP AMP YKPN.
- Hapsari, Epri Ayu. 2007. Analisis Rasio Keuangan Untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba. *Tesis Tidak Diterbitkan*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hendriksen, Eldon S. & Breda, Michael F. Van.2000. *Teori Akunting Edisi Kelima, Buku Satu*. Batam : Interaksa.
- Ikatan Akuntan Indonesia.2007. *Standar Akuntan Keuangan per 1 September 2007*. Jakarta: Salemba Empat
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Diterjemahkan oleh Drs. Jaka Wasana, Edisi Keenam, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Kustatik, Henik. 2009. Analisis Break Even Dan Manfaatnya Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Perusahaan Plastik Tri Tan Lestari Di Telukan Sukoharjo. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Marwan, Asri. 1991. *Marketing*. Yogyakarta: AMPYKD.
- Mulyadi. 1997. *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat, dan Rekayasa Edisi ke-2*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN.

- Munawir, S. 2004. *Analisa Laporan Keuangan Edisi Keempat*. Yogyakarta: Liberty.
- Salvatore, Dominick. 2001. *Managerial Economics in a Global Economy 4<sup>th</sup> Edition*. Harcourt College Publishers.
- Sugiyono. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Swastha Basu & Irawan. 1993. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tinjauan Pustaka Mengenai Pertumbuhan Laba. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/18037/4/Chapter%20II.pdf>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2010.
- Tjakrawala, Kurniawan. 2002. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijayati, dkk. 2005. Kemampuan Informasi Keuangan Memprediksi Perubahan Laba. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 1
- Winardi. 1991. *Strategi Pemasaran*, Cetakan Pertama. Bandung: Mandar Maj

