

PENGARUH BIAYA GAJI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN JOKKI *DELIVERY* DI KOTA PALANGKA RAYA

Auliya Rahmah ¹, Isra Misra ², Karina Awalia Zahra ³
Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya

Correspondence		
Email: auliyarahmah582@gmail.com	No. Telp:	
Published 5 Mei 2025	Published 8 Mei 2025	Published 9 Mei 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya gaji dan biaya promosi terhadap pendapatan Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya. Sampel yang digunakan berupa data biaya gaji, data biaya promosi dan data pendapatan Jokki *Delivery* tahun 2021-2023 atau selama 27 bulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi lapangan, dan studi kepustakaan. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dengan sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif yang menguji hubungan antarvariabel melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan 27 sampel data biaya gaji, data biaya promosi, dan data pendapatan pada perusahaan Jokki *Delivery* periode 2021-2023. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu metode *sampling* jenuh. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji-t, uji-F dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa biaya gaji berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan dan biaya promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa biaya gaji dan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pendapatan. Uji koefisien determinasi (R^2) dari kedua variabel independen mempengaruhi pendapatan sebesar 90,9%. Sedangkan, sisanya 9,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Biaya Gaji, Biaya Promosi, Jokki *Delivery*, Pendapatan

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas maupun manajemen pemasarannya dengan tujuan memaksimalkan keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Persaingan yang semakin kuat dalam dunia bisnis mengakibatkan kompetisi suatu usaha semakin ketat. Perkembangan teknologi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan suatu usaha seperti pada bidang industri jasa. Salah satu industri jasa di Indonesia yaitu jasa transportasi yang tumbuh dan berkembang dengan cepat. Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin.¹ Transportasi dapat didefinisikan sebagai suatu usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang maupun penumpang dari suatu tempat ke tempat lain yang akan dituju.

Transportasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari salah satunya dalam kegiatan pendistribusian barang dari pelaku usaha kepada konsumen. Di era modern, pelaku usaha semakin meningkat seperti salah satunya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner dengan berbasis *online* yang sangat membutuhkan layanan jasa transportasi antar/jemput barang maupun makanan yang lebih efektif dan

inovatif. Layanan jasa transportasi (jasa kurir) saat ini merupakan salah satu sarana penunjang bisnis, terutama jenis bisnis yang dijalankan secara *online*. Tidak heran jika saat ini banyak bermunculan penyedia jasa transportasi *online* di Indonesia seperti GRAB, GO-JEK, MAXIM, dan lainnya. Selain menjadi sarana penunjang jalannya kegiatan bisnis *online* UMKM, sebagian masyarakat sekarang menjadikan gaya hidup dengan mengandalkan layanan

¹Nur Khaerat Nur, dkk., *Sistem Transportasi*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021, h. 5.

jasa kurir yang tersedia sehingga penyedia jasa transportasi lokal juga bermunculan terutama di Kota Palangka Raya salah satunya yaitu Jokki *Delivery*.

Jokki *Delivery* merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang layanan jasa berbasis *online*. Jokki *Delivery* menawarkan beberapa jenis layanan seperti Jokki *Food* (antar/beli makanan dan minuman), Jokki *Send* (antar/jemput barang), Jokki *Bike* (ojek penumpang), dan Jokki *Shop* (belanja). Saat ini tingkat persaingan dalam dunia usaha salah satunya yaitu usaha kurir semakin ketat dan kompetitif, sehingga diperlukan manajemen dan pengelolaan yang baik agar tercapainya suatu tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan yaitu mencapai pendapatan yang maksimal sehingga dibutuhkan pencapaian tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, pemilik harus dapat mengantisipasi berbagai macam situasi dan kondisi baik dari sisi internal maupun sisi eksternal perusahaan. Mendapatkan pendapatan yang maksimal merupakan impian setiap pengelola perusahaan.

Tujuan tersebut dapat dicapai dengan mengelola manajemen dan pemasaran yang baik, selain itu diperlukan suatu koordinasi yang baik. Tercapainya suatu tujuan perusahaan diperlukan adanya pengelolaan biaya salah satunya yaitu biaya gaji. Secara umum, biaya gaji adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan sebagai hasil dari pemakaian jasa karyawan yang dipekerjakan dalam perusahaan. Menurut Nawawi, kompensasi langsung adalah penghargaan atau ganjaran yang disebut gaji atau upah yang dibayar secara tetap berdasarkan tenggang waktu yang tetap.²

Salah satu kendala usaha untuk menghasilkan pendapatan yang maksimal yaitu masalah internal dan eksternal perusahaan (biaya gaji dan biaya promosi) yang penggunaannya kurang efektif dan efisien. Biaya yang digunakan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan yang diperoleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauji Nasution tahun 2022 dengan judul pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019 dan penelitian Raja Almas, dkk tahun 2023 dengan judul pemanfaatan aplikasi SPSS dalam analisis pengaruh biaya pemasaran dan gaji pada pendapatan telekomunikasi. Hasil kedua penelitian tersebut secara parsial, baik biaya gaji dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Dalam hal ini, penekanan biaya gaji dan biaya promosi perusahaan sangat diperlukan agar dapat memaksimalkan pendapatan sesuai yang diinginkan. Pendapatan yang tinggi merupakan salah satu tujuan utama berdirinya perusahaan karena dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang, dapat menciptakan kemampuan yang lebih besar, lebih unggul serta dapat memberikan tingkat kepuasan konsumen terutama konsumen mitra.

Perusahaan di bidang layanan dan jasa berupaya menekan biaya gaji dan biaya promosi dengan optimal sehingga dapat memperoleh pendapatan atau hasil usaha sesuai yang diinginkan. Biaya dan pendapatan merupakan 2 jenis yang berbeda namun memiliki hubungan erat yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam suatu perusahaan. Setiap pendapatan yang diperoleh perusahaan tentu saja ada biaya yang digunakan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Biaya merupakan suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat berupa uang, yang mana digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan suatu usaha. Bertambah efektif dan efisien biaya gaji dan biaya promosi suatu perusahaan maka akan semakin tinggi juga pendapatan yang dihasilkan.³

Pendapatan suatu perusahaan didapatkan oleh karena adanya aktivitas dari perusahaan. Ketika ingin meningkatkan pendapatan usaha, maka harus memperhatikan

²Edy Warsopurnomo, *Kepemimpinan*, Semarang: CV. Oxy Consultant, 2020, h. 127.

³Novia Partalenta Hutasoit, dkk., "Pengaruh Biaya Operasional terhadap Pendapatan pada Perum Damri Cabang Bandung", *Ekonomi: Journal of Economics and Business* 6 (1), 2022, h. 4.

biaya-biaya perusahaan dapat terpenuhi dengan baik, guna keberlangsungan aktivitas dan perkembangan suatu usaha. Selain kegiatan operasional, kegiatan promosi juga memiliki peran penting dalam suatu usaha, sehingga membuat banyak perusahaan yang rela mengeluarkan biaya besar untuk mempromosikan produk/usaha yang dimiliki. Hal ini dapat dilihat pada perusahaan di bidang layanan dan jasa salah satunya Jokki *Delivery* yang terus berkreasi dalam kegiatan promosi.

Menurut Ari Setiyaningrum, biaya promosi adalah biaya pemasaran atau iklan dan publikasi yang dapat menstimulasi ketertarikan konsumen.⁴ Jenis-jenis pengeluaran yang termasuk dalam biaya promosi adalah (1) biaya iklan di berbagai media cetak, elektronik dan platform lainnya; (2) biaya *sponsorship* yang berperan dalam pemasaran; dan (3) biaya untuk program-program pendukung kegiatan pemasaran yang ada pada suatu perusahaan.

Biaya promosi atau biaya pemasaran digunakan untuk menampung keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan produk/jasa yang ditawarkan sehingga munculnya ketertarikan pada konsumen sasaran baru dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Biaya promosi atau biaya pemasaran meliputi biaya iklan, gaji bagian pemasaran, komisi penjualan, biaya kerugian piutang, dan biaya pemasaran lainnya.

Melihat semakin ketatnya persaingan jasa kurir lokal dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan jasa yang disediakan, mendorong pihak perusahaan untuk menciptakan strategi guna mencapai tujuan dan mengantisipasi kemungkinan beralihnya pelanggan ke kurir lokal yang lain. Salah satunya melakukan suatu kegiatan promosi untuk menawarkan layanan jasa yang dimiliki, baik melalui iklan di media sosial maupun berupa *reward* guna mempertahankan pelanggan lama dan menarik perhatian pelanggan baru. Kegiatan promosi harus dilakukan secara profesional serta sejalan dengan rencana pemasaran yang diarahkan dan dikendalikan untuk mengembangkan suatu perusahaan. Promosi yang tidak terkendali akan memperkecil tingkat pendapatan, sehingga biaya yang dikeluarkan untuk promosi menjadi kurang efektif.

Kegiatan promosi tentunya tidak terlepas dari banyaknya biaya yang harus dikeluarkan. Sebagai contoh pada perusahaan Jokki *Delivery*, dimana pada awalnya kurang tertarik untuk melakukan kampanye layanan jasa yang ditawarkan, namun sekarang Jokki *Delivery* secara aktif menawarkan layanan jasa yang disediakan dengan tawaran program hadiah untuk konsumen *olshop*/mitra mulai dari uang tunai, televisi, kulkas, mesin cuci dan hadiah menarik lainnya agar dapat mempertahankan dan menarik perhatian calon konsumen baru. Selain itu Jokki *Delivery* juga membuat program kupon gratis ongkir (ongkos kirim) untuk konsumen perorangan agar dapat meningkatkan daya guna layanan jasa yang sekarang menjadi gaya hidup masyarakat setempat.

Suatu perusahaan memiliki tujuan yang akan dicapai, maka dari itu kegiatan promosi tentunya harus dilakukan seefektif dan seefisien mungkin agar tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini dapat dilihat pada perusahaan Jokki *Delivery* yang mempromosikan programnya dengan memproduksi buku *point* (media cetak sebagai tanda bukti pemesanan pelanggan), mencetak stiker, mempromosikan melalui instagram dengan biaya yang telah dianggarkan. Selain itu, Jokki *Delivery* memfasilitasi spanduk untuk konsumen mitra yang telah memberikan loyalitas dan kepercayaannya. Jokki *Delivery* juga memproduksi kupon gratis ongkir untuk konsumen perorangan, dengan adanya program yang dibuat maka pihak perusahaan harus selalu konsisten dalam memenuhi perjanjian program tersebut.⁵

Menurut Ahmad Fauji Nasution, dalam penelitiannya disebutkan bahwa faktor-faktor

⁴Setiyaningrum, Ari. "Prinsip Prinsip Pemasaran". Yogyakarta: Andi, 2015. h. 233.

⁵Observasi awal kepada pemilik Jokki *Delivery*, penulis bertemu dan melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha

yang mempengaruhi pendapatan adalah biaya iklan dan biaya yang berkaitan dengan proses promosi. Terdapat pengaruh positif yang sangat kuat dan signifikan antara biaya promosi terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan oleh karena itu diperlukannya perencanaan biaya promosi dan pemasaran serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan sehingga perusahaan tersebut dapat lebih maju dengan pendapatan yang meningkat. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, dengan sumber data sekunder, dan teknik analisis data yaitu uji regresi linear sederhana.⁶

Sementara menurut Deri Kusmadeni, dkk. dalam penelitiannya disebutkan bahwa adanya tindakan antisipasi dan efisiensi guna mengurangi ketidakstabilan kondisi keuangan perusahaan dan tetap dapat mempertahankan kegiatan operasionalnya. Terjadinya peningkatan laba disebabkan oleh tingginya nilai pendapatan sehingga biaya-biaya dapat tertutupi dengan baik, dan tidak mempengaruhi tingkat perolehan laba bersih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya bahan produksi dan biaya gaji berkorelasi terhadap profitabilitas sedangkan biaya pemasaran tidak memiliki hubungan terhadap profitabilitas.⁷

Menurut Raja Almas, dkk. dalam penelitiannya menunjukkan hasil pembahasan secara parsial dan simultan bahwa variabel biaya pemasaran dan biaya gaji karyawan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel terbukti yang mempengaruhi pendapatan adalah biaya pemasaran dan biaya gaji. Populasi dalam penelitian tersebut adalah PT. Telekomunikasi dan PT. Indosat, serta sampel yang digunakan bersumber dari laporan keuangan perusahaan PT. Telekomunikasi Tbk. dan PT. Indosat Tbk. Tahun 2017-2021. Salah satu faktor terbesar yang mempengaruhinya adalah tidak seimbangnya biaya pemasaran dan biaya gaji yang dikeluarkan sehingga menyebabkan pembatasan kegiatan operasional dalam perusahaan. Untuk memperoleh data, peneliti tersebut menggunakan teknik analisis data yaitu analisis regresi linear berganda, serta jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif.⁸

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti pengaruh biaya gaji dan biaya promosi terhadap pendapatan yang belum ada diteliti bersamaan korelasinya pada penelitian di atas, serta objek penelitian yang belum pernah diteliti sebelumnya yaitu pada perusahaan Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam hal populasi dan sampel. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu menggunakan populasi dan sampel dari laporan keuangan PT. Telekomunikasi yang berada di Indonesia, sedangkan penelitian ini menggunakan populasi seluruh data biaya gaji, data biaya promosi, dan data pendapatan dengan menggunakan 81 sampel selama Oktober 2021 sampai Desember 2023 atau 27 bulan pada perusahaan Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya.

Berdasarkan hasil observasi, perusahaan Jokki *Delivery* memiliki berbagai program hadiah yang cukup besar sehingga mengakibatkan tingginya biaya promosi yang dikeluarkan. Sedangkan, pada kompetitor lainnya belum ditemukan adanya program yang serupa. Selain itu, penggajian pada Jokki *Delivery* juga cukup besar dikarenakan sistem yang digunakan yaitu bagi hasil. Berdasarkan data yang ada, maka penulis ingin mengetahui pengaruh yang ditimbulkan akibat besarnya biaya gaji dan biaya promosi terhadap pendapatan perusahaan Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya agar dapat memaksimalkan pendapatan serta menekan

⁶Ahmad Fauji Nasution "Pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan Sewa Kamar (Studi pada Garuda Plaza Hotel Medan 2015-2019), Skripsi, Universitas Medan Area, 2022, h. vi & 23.

⁷Deri, dkk. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Gaji terhadap Profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery di Pangkal Pinang).", Jurnal Ekonomi, Vol. 8, No. 1, Des 2022, h.49.

⁸Raja, dkk. "Pemanfaatan Aplikasi SPSS dalam Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran dan Gaji pada Pendapatan Telekomunikasi.", Jurnal Informatika, Vol. 7, No. 3, Agu 2023, h. 271.

biaya gaji dan biaya promosi perusahaan.

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk melakukan pengambilan dan pengolahan data dengan judul “Pengaruh Biaya Gaji dan Biaya Promosi terhadap Pendapatan Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya” yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian ini adalah 2 bulan, terhitung sejak diadakannya seminar proposal dan surat keterangan izin observasi.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu pada salah satu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bidang layanan jasa yaitu ojek online Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya Jl. Pramuka Raya, Menteng, Kec. Jekan Raya, 73112.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dapat diartikan sebagai titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses pembelajaran.⁹ Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal komparatif untuk menganalisis masalah yang diajukan. Pendekatan kausal komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan, atau berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel penelitian atau lebih.¹⁰ Pada penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) untuk menguji hipotesis yang ada dengan tujuan agar dapat menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Biaya Gaji dan Biaya Promosi terhadap Pendapatan Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya tahun 2021-2023.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena penelitian ini akan menggunakan data berupa angka yang diperoleh dari laporan biaya gaji, biaya promosi, dan pendapatan perusahaan Jokki *Delivery* serta data lainnya yang diperlukan dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada ukuran kualitas atau jumlah yang dapat diaplikasikan pada fenomena yang diobservasi.¹¹ Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika.¹² Data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang terkait dengan penelitian ini berasal dari data biaya gaji, data biaya promosi, dan data pendapatan Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya tahun 2021-2023.

⁹ Ali Sadikin, Isra Misra, dan Muhammad Sholeh Hudin, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, Yogyakarta: K-Media, 2020, h. 26.

¹⁰A'im Umatul Ma'rifah, “Analisis Pemberlakuan Pajak UMKM terhadap Tingka Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.” Skripsi, Surabaya: Universitas Bhayangkara, 2019, h. 42.

¹¹Fitriya Fauzi, dkk., *Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*, Jakarta: Salemba Empat, 2018, h. 9.

¹²Siyoto, S dan Muhammad, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015, h. 68.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek dan objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya¹³ Berdasarkan pengertian tersebut, dijelaskan bahwa jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh data biaya gaji, biaya promosi dan data pendapatan Jokki *Delivery* pada Oktober 2021 sampai Desember 2023 atau selama 27 bulan.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut.¹⁴ Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif karena yang dipelajari dari sampel kesimpulannya akan mewakili jumlah populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh. Menurut Sugiyono, *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.¹⁵ *Sampling* jenuh merupakan suatu teknik penentuan sampel jika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering sekali dilakukan jika jumlah populasi relatif kecil atau sedikit. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dalam penelitian ini menggunakan 81 sampel yang akan dijadikan sampel adalah data biaya gaji, data biaya promosi, dan data pendapatan pada Jokki *Delivery* dari Oktober 2021 sampai Desember 2023 atau selama 27 bulan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara, dokumentasi lapangan, dan studi kepustakaan, yaitu buku-buku, dokumen-dokumen, bahan-bahan tertulis, serta referensi-referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan pada perusahaan. Dokumen yang digunakan seperti data biaya gaji, data biaya promosi, dan data pendapatan selama Oktober 2021 sampai Desember 2023, dokumen mengenai Jokki *Delivery* seperti: sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi, visi misi, dan lain-lain. Data yang diperoleh kemudian disusun dan diolah sesuai dengan kepentingan dan tujuan penelitian.

E. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan bagi penelitian konsisten. Sebelum melakukan analisis regresi, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu, seperti:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Jika data penelitian berdistribusi normal maka pengujian dapat menggunakan teknik analisis parametrik, namun jika data tidak normal maka menggunakan teknik analisis statistik non parametrik.

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal ataupun mendekati normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan nilai residual mengikuti

¹³Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung: Alfabeta, 2019, h. 130.

¹⁴A. Muri Yusuf, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2019, h. 150.

¹⁵Fachri Firdaus, Marianus, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Aceh: Yayasan, 2021, h. 178.

distribusi normal. Apabila asumsi tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik menjadi tidak valid khususnya untuk ukuran sampel kecil. Cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu melalui uji statistik non-parametik Kolmogorov Smirnov (K-S). Jika signifikansi data $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, sedangkan jika signifikansi data $< 0,05$ maka data dikatakan tidak normal.¹⁶

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah uji yang ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi yang antar variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas biasanya terjadi ketika sebagian variabel yang digunakan saling terkait dalam suatu model regresi. Untuk menguji multikolinearitas dengan cara melihat nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel independen, jika nilai *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Langkah-langkah yang digunakan dalam uji multikolinearitas yaitu:

- 1) Menggunakan nilai *tolerance*
 - a) Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ maka terjadi multikolinearitas
 - b) Apabila nilai *tolerance* $\geq 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas
- 2) Menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*)
 - a) Apabila nilai *VIF* ≤ 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas
 - b) Apabila nilai *VIF* ≥ 10 , maka terjadi multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan apabila varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi gejala-gejala heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan kriteria pengujian berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi kolerasi antara kesalahan pengganggu suatu periode t dengan periode $t-1$ (sebelumnya). Secara sederhana, analisis ini adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mendeteksi autokolerasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Watson* (*DW*). Nilai *DW* kemudian dibandingkan dengan nilai *d*-tabel.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (*DW*), akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $d < dl$, berarti terdapat autokolerasi positif
- 2) Jika $d > (4-dl)$, berarti terdapat autokolerasi negatif
- 3) Jika $du < DW < (4-dl)$, berarti tidak terdapat autokolerasi
- 4) Jika $dl < DW < du$ atau $(4-du)$, berarti tidak dapat disimpulkan.

¹⁶Imam Ghozali dan Dwi Ratmono, *Analisis Multivariat dan Ekonometrika (Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10) Edisi 2*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2017, h. 145.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda (*multiple linear regression method*) digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel bebas independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan Jokki *Delivery* sedangkan variabel independen adalah biaya gaji dan biaya promosi. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya gaji dan biaya promosi terhadap pendapatan pada Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya.

F. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.¹⁷ Gambaran atau deskripsi suatu data dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), median, modus, standar deviasi, maksimum dan minimum.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan dapat digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.¹⁸ Bentuk model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:¹⁹

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

Keterangan:

Y = Pendapatan

X1 = Biaya Gaji

X2 = Biaya Promosi

a = Konstanta

b₁ b₂ = Koefisien regresi

e = faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

3. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian yang dilakukan adalah uji parameter (uji korelasi) dengan menggunakan uji t-statistik. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel bebas (independen) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Variabel independen (X1) dan (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance* level 0,05 ($\alpha = 5\%$), dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

¹⁷Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25" Edisi 9. Jakarta: Badan Penerbit Undip, 2018, h. 28.

¹⁸I Made Laut Mertha Jaya, Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata), Yogyakarta: Quadrant. 2020, h. 209.

¹⁹Sugiyono dan Agus Susanto, "Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel Teori & Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian", Bandung: ALFABETA, 2015, h. 303.

Keterangan:

- t = Nilai uji t
 r = Koefisien korelasi pearson
 r^2 = Koefisien determinasi
 n = Jumlah sampel

Suatu variabel dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain jika nilai $|t\text{-hitung}| > t\text{-tabel}$ atau $\text{sig} < \alpha$. Hasil perhitungan tersebut kemudian akan dibandingkan dengan t_{tabel} . Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam uji parsial yaitu:

- 1) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}
 - a) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
 - b) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
 - 2) Tingkat signifikansi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,05 dengan bentuk pengujian sebagai berikut:
 - a) $H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat
 - b) $H_1 : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat.
4. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Y).²⁰ Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat melalui uji F. Berikut rumusnya: F_h

$$F_h = \frac{R^2/t}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- F_h = Nilai uji F
 R^2 = Koefisien korelasi berganda
 k = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah anggota sampel

Hasil perhitungan tersebut selanjutnya akan di bandingkan dengan F_{tabel} dengan tingkat signifikansi pada penelitian ini sebesar 0,05. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji F (simultan) yaitu:

- a. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}
 - 1) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
 - 2) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- b. Menentukan tingkat signifikansi
 - 1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikansi dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.
 - 2) $H_1 : \text{minimal } \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikansi dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

²⁰Ratmono, Dwi. "Analisis Multivariat dan Ekonometrika, (Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10)" Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Undip. 2017. h. 56.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui presentase kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Koefisien determinasi di gunakan untuk mengukur seberapa baik model persamaan regresi yang dibangun. Ukuran baik atau tidaknya model akan ditentukan dari seberapa besar kontribusi dari variabel independen maupun variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar dari nol sampai satu, jika semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik pula model persamaan yang dibangun.

HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik disyaratkan harus memenuhi tidak adanya masalah pada uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal ataupun mendekati normal. Cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu melalui uji statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Jika signifikansi data $>0,05$ maka data berdistribusi normal, sedangkan jika signifikansi data $<0,05$ maka data dikatakan tidak normal. Berikut ini adalah hasil dari uji normalitas dengan uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* (Uji K-S):

Tabel 3.1 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		27
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1729262,42723107
Most Extreme Differences	Absolute	0,115
	Positive	0,072
	Negative	-0,115
Test Statistic		0,115
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: *Output SPSS* Versi 26, diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel 3.1 menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel di atas berdistribusi normal serta asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah uji yang ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi yang antar variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas. Untuk menguji multikolinearitas dengan cara melihat nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) masing-

masing variabel independen, jika nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas.²¹ Langkah-langkah yang digunakan dalam uji multikolinieritas yaitu:

- 1) Menggunakan nilai *tolerance*
 - a) Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ maka terjadi multikolinieritas
 - b) Apabila nilai *tolerance* $\geq 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas
- 2) Menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*
 - a) Apabila nilai $VIF \leq 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas
 - b) Apabila nilai $VIF \geq 10$, maka terjadi multikolinieritas²²

Berikut tabel 3.2 hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	174989,367	749228,240		-0,234	0,817		
Biaya Gaji	0,028	0,010	0,630	2,833	0,009	0,602	1,662
Biaya Promosi	-0,074	0,091	-0,181	-0,816	0,423	0,602	1,662

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: *Output SPSS Versi 26*, diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 3.2 diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel biaya gaji yaitu 0,602 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF pada variabel biaya gaji yaitu 1,662 lebih kecil dari 10, maka tidak terdapat gejala multikolinieritas. Nilai *tolerance* dari variabel biaya promosi 0,602 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF pada variabel biaya promosi 1,662 lebih kecil dari 10, maka tidak terdapat gejala multikolinieritas. Dapat dilihat pada tabel, bahwa kedua variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan *variance inflation factor (VIF)* kurang dari 10. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu biaya gaji (X1), dan biaya promosi (X2) tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen karena tidak ada korelasi atau hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas²³ adalah jika nilai signifikansi $>0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi $<0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas yang ditentukan dengan menggunakan uji Glejser:

²¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, h. 107.

²² Yuliyanti, *Pengaruh Kemanfaatan NPWP*, h. 75.

²³ Ghozali, *Aplikasi Analisis*, h. 19.

Tabel 3.3 Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-174989,367	749228,240		-0,234	0,817
Biaya Gaji	0,028	0,010	0,630	2,833	0,009
Biaya Promosi	-0,074	0,091	-0,181	-0,816	0,423

Sumber: *Output* SPSS Versi 26, diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser pada tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel biaya gaji (X1) yaitu 0,09 lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Nilai signifikansi dari variabel biaya promosi (X2) yaitu 0,423 lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu biaya gaji (X1), dan biaya promosi (X2) tidak terjadi heteroskedastisitas antar variabel independen karena tidak terjadi kesamaan suatu pengamatan ke pengamatan lain.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi antara kesalahan pengganggu suatu periode t dengan periode $t-1$ (sebelumnya). Secara sederhana, analisis ini adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW). Nilai DW kemudian dibandingkan dengan nilai d -tabel.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW), akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $DW < d_l$, berarti terdapat autokorelasi positif
- 2) Jika $DW > (4-d_l)$, berarti terdapat autokorelasi negatif
- 3) Jika $d_u < DW < (4-d_l)$, berarti tidak terdapat autokorelasi
- 4) Jika $d_l < DW < d_u$ atau $(4-d_u)$, berarti tidak dapat disimpulkan

Tabel 3.4 Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,957 ^a	0,916	0,909	1799873,399	1,732

Sumber: *Output* SPSS Versi 26, diolah oleh peneliti 2024

Tabel 3.4 di atas menunjukkan hasil uji autokorelasi dengan nilai Durbin-Watson (DW) sebagai berikut:

Diketahui:

n = 27 (data) dan k (variabel independen) = 2

Nilai d_l = 1.2399

Nilai d_u = 1.5562

(Kolom ke 2 baris ke 27)

Nilai $4-d_l$ = 2.7601

Nilai $4-d_u$ = 2.4438

DW = 1,732
 Kesimpulan = Nilai DW = 1,732
 $du < DW < (4-dl)$
 $1.5562 < 1,732 < 2.7601$

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (*DW*) pada tabel 3.4 di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson yaitu 1,732. Nilai Durbin-Watson tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai *du* dan *4-dl*. Nilai *dl* diambil dari tabel Durbin-Watson test dengan $n=27$ dan $k=2$, sehingga diperoleh nilai *dl* sebesar 1.2399 dan *4-dl* sebesar 2.7601. Untuk pengambilan keputusan bisa dilihat nilai $du < DW < (4-dl)$ yaitu ($1.5562 < 1,732 < 2.7601$). Maka hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi autokorelasi sehingga model regresi layak untuk digunakan.

2. Analisis Data

a. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean, standar deviasi, maksimum, minimum dan lainnya.²⁴ Berdasarkan hasil statistik deskriptif, variabel dalam penelitian ini yaitu biaya gaji (*X1*), biaya promosi (*X2*) dan pendapatan (*Y*). Variabel tersebut diuji dengan menggunakan program SPSS versi 26. Berikut tabel 3. Hasil pengujian statistik deskriptif dalam penelitian ini:

Tabel 3.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Gaji	27	41945900	143144600	78277407,4	25448743,7
Biaya Promosi	27	6213900	17890200	9875388,89	2773895,94
Pendapatan	27	3592400	25816600	13204085,2	5963967,65
Valid N (listwise)	27				

Sumber: *Output* SPSS Versi 26, diolah oleh peneliti 2024

Tabel 3.5 di atas menunjukkan bahwa jumlah data (*N*) yang di uji dalam penelitian ini adalah sebanyak 27 sampel.

- 1) Pada variabel biaya gaji (*X1*) dapat dideskripsikan bahwa nilai terkecil (minimum) yaitu Rp. 41.945.900 sedangkan nilai terbesar (maximum) yaitu Rp. 143.143.600. Nilai rata-rata (mean) pada variabel biaya gaji yaitu sebesar Rp. 78.277.407,41 dengan standar deviasi sebesar Rp. 25.448.743,663.
- 2) Pada variabel biaya promosi (*X2*) diketahui bahwa nilai terkecil (minimum) yaitu Rp. 6.213.900 dan nilai terbesar (maximum) yaitu Rp. 17.890.200. Nilai rata-rata (mean) pada variabel biaya promosi yaitu sebesar Rp. 9.875.388,89 dengan standar deviasi sebesar Rp. 2.773.895,940.
- 3) Pada variabel pendapatan (*Y*) diketahui bahwa nilai terkecil (minimum) yaitu Rp. 3.592.400 dan nilai terbesar (maximum) yaitu Rp. 25.816.600. Nilai rata-rata (mean) pada variabel pendapatan yaitu sebesar Rp. 13.203.085,19 dengan standar deviasi sebesar Rp. 5.963.967,646.

²⁴Ghozali, *Aplikasi analisis*, h.16.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan dapat digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.²⁵ Berikut ini tabel 3.6 Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini:

Tabel 3.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	274740	1357039,2		0,202	0,841	
1	Biaya Gaji	0,27	0,018	1,153	15,113	0,000
	Biaya Promosi	-0,833	0,164	-0,387	-5,076	0,000

Sumber: *Output SPSS* Versi 26, diolah oleh peneliti 2024

Tabel 3.6 di atas menunjukkan persamaan regresi linear berganda yang disajikan di bawah ini:

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

$$Y = 273.739,997 + 0,270 - 0,833 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 273.739,997 memiliki interpretasi bahwa jika variabel biaya gaji (X1) dan biaya promosi (X2) bernilai 0, maka pendapatan (Y) memiliki nilai sebesar 273.739,997.
 - 2) Variabel biaya gaji mempunyai nilai sebesar 0,270 dengan tanda positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya gaji sebesar 1 kali maka pendapatan mengalami kenaikan sebesar 0,270 .
 - 3) Variabel biaya promosi mempunyai nilai sebesar -0,833 dengan tanda negatif menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya promosi sebesar 1 kali maka pendapatan mengalami penurunan sebesar 0,833.
- c. Uji Parsial (Uji t)

Uji t-statistik untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh antara variabel independen yaitu biaya gaji (X1), biaya promosi (X2) terhadap variabel dependen pendapatan (Y). Jika nilai signifikansi t lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis tersebut dapat diterima.

²⁵Jaya, Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata), Yogyakarta: Quadrant, 2020, h. 209.

Tabel 3.7 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji Statistik t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	274740	1357039,22		0,202	0,841
1 Biaya Gaji	0,27	0,018	1,153	15,113	0,000
1 Biaya Promosi	-0,833	0,164	-0,387	-5,076	0,000

Sumber: *Output SPSS Versi 26*, diolah oleh peneliti 2024

Tabel 3.7 di atas menunjukkan hasil uji koefisien regresi secara parsial (uji statistik t) dapat dijelaskan dengan formula menentukan t tabel sebagai berikut:

n = Jumlah data = 27

k = Jumlah variabel independen dan variabel dependen = 3

Taraf Sig. (2 sisi) = 5% : 2 = 0,025

df = $n - k = 27 - 3 = 24$

kolom ke 0,025 dan 0,050 baris ke 24

t-tabel = 2,06390

Berdasarkan tabel dan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya gaji dan biaya promosi adalah sebagai berikut:

1) Variabel biaya gaji (X1)

Nilai t hitung variabel biaya gaji adalah 15,113 dan nilai t tabel adalah 2,06390 maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($15,113 > 2,06390$). Nilai signifikansi sebesar 0,000 pada tabel di atas menunjukkan bahwa biaya gaji berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan. Hal ini disebabkan karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 5\%$ (0,05) dan variabel biaya gaji berpengaruh sebesar 0,270 terhadap pendapatan. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya gaji berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini membuktikan bahwa H_1 diterima.

2) Variabel biaya promosi (X2)

Nilai t hitung variabel biaya promosi adalah -5,076 dan nilai t tabel adalah 2,06390 maka $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($-5,076 < 2,06390$). Nilai signifikansi sebesar 0,000 pada tabel di atas menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap pendapatan. Hal ini disebabkan karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 5\%$ (0,05) dan variabel biaya promosi berpengaruh sebesar -0,833 terhadap pendapatan. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini membuktikan bahwa H_2 ditolak.

d. Uji Simultan (Uji F)

Uji F-statistik menggunakan pengujian parameter β (uji korelasi). Uji simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yaitu biaya gaji (X1) dan biaya promosi (X2) yang dimasukkan dalam model ini memiliki pengaruh signifikan secara bersamaan atau simultan terhadap variabel dependen yaitu pendapatan (Y). Jika nilai signifikansi F lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan

nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka hipotesis diterima.

Tabel 3.8 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji Statistik F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,47043E+14	2	4,23521E+14	130,735	,000 ^b
	Residual	7,77491E+13	24	3,23954E+12		
	Total	9,24792E+14	26			

Sumber: *Output SPSS Versi 26*, diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 3.8 menunjukkan bahwa hasil uji koefisien regresi secara simultan (uji statistik F) dapat dijelaskan dengan formula menentukan F tabel sebagai berikut:

n	= Jumlah data = 27
k	= Jumlah variabel independen dan dependen = 3
df1	= k-1 = 3-1 = 2 (Kolom ke 2)
df2	= n-k = 27-3 = 24 (Baris ke 24)
F tabel	= 3,40

Hasil uji F sebesar 130,735 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan F tabel diperoleh sebesar 3,40. Dikarenakan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung yaitu 130,735 lebih besar dari F tabel 3,40 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel biaya gaji (X1) dan biaya promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pendapatan (Y). Hal ini membuktikan bahwa H₃ diterima.

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,957 ^a	0,916	0,909	1799873,399

Sumber: *Output SPSS Versi 26*, diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 3.9 menunjukkan bahwa uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai *adjusted r-square* sebesar 0,909 atau 90,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu biaya gaji (X1) dan biaya promosi (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu pendapatan (Y) sebesar 90,9%. Sedangkan, sisanya 100% - 90,9% = 9,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

B. Pembahasan

Berikut ini pembahasan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen:

1. Pengaruh biaya gaji terhadap pendapatan Jokki *Delivery*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t pada tabel 3.7 menunjukkan bahwa variabel biaya gaji dengan nilai t hitung sebesar 15,113 lebih besar dari t tabel 2,06390, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan variabel biaya gaji berpengaruh sebesar 0,270 terhadap variabel pendapatan. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya gaji berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini

membuktikan bahwa H_1 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Raja Almas, dkk. yang berjudul "*Pemanfaatan Aplikasi SPSS dalam Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran dan Gaji pada Pendapatan Telekomunikasi.*" Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa variabel biaya gaji karyawan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima.²⁶

2. Pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan Jokki *Delivery*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t pada tabel 3.7 menunjukkan bahwa variabel biaya promosi dengan nilai t hitung sebesar -5,076 lebih kecil dari t tabel 2,06390, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan variabel biaya promosi berpengaruh sebesar -0,833 terhadap variabel pendapatan. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini membuktikan bahwa H_2 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdul Kudus dan De Santika Septiana yang berjudul "*Pengaruh biaya operasional dan biaya promosi terhadap penjualan sepeda motor honda PCX di PT Anugerah Mandiri Purwakarta Tahun 2016-2020*" dengan hasil uji parsial yang telah diperoleh nilai t hitung $0,046 < t$ tabel 4,302 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,967 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan di PT Anugerah Mandiri Purwakarta Tahun 2016-2020.²⁷

3. Pengaruh biaya gaji dan biaya promosi terhadap pendapatan Jokki *Delivery*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa nilai uji F hitung sebesar 130,735 dan nilai F tabel sebesar 3,40. Dikarenakan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung yaitu 130,735 lebih besar dari F tabel 3,40. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya gaji dan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pendapatan. Hal ini membuktikan bahwa H_3 diterima. Kemudian uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 3.9 menunjukkan bahwa nilai *adjusted r-square* sebesar 0,909 atau 90,9% yang artinya variabel biaya gaji dan biaya promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan. Sedangkan, sisanya $100\% - 90,9\% = 9,1\%$ dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Raja Almas, dkk. yang berjudul "*Pemanfaatan Aplikasi SPSS dalam Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran dan Gaji pada Pendapatan Telekomunikasi.*" Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial dan simultan bahwa variabel biaya pemasaran dan biaya gaji karyawan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.²⁸

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya gaji dan biaya promosi terhadap pendapatan Jokki *Delivery* di Kota Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan data

²⁶Raja, dkk. "*Pemanfaatan Aplikasi SPSS dalam Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran dan Gaji pada Pendapatan Telekomunikasi.*", Jurnal Informatika, Vol. 7, No. 3, Agu 2023, h. 271.

²⁷Abdul, dkk. "*Pengaruh Biaya Operasional dan Biaya Promosi terhadap Penjualan Sepeda Motor Honda PCX di PT. Daya Anugerah Mandiri Purwakarta Periode Tahun 2016-2020.*", Jurnal Edukasi, Vol. 5, No. 2, Januari-Februari 2023, h.4693.

²⁸Raja, dkk. "*Pemanfaatan Aplikasi SPSS dalam Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran dan Gaji pada Pendapatan Telekomunikasi.*", Jurnal Informatika, Vol. 7, No. 3, Agu 2023, h. 271.

sekunder yang didapatkan dari data biaya gaji, data biaya promosi dan data pendapatan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh biaya gaji dan biaya promosi terhadap pendapatan Jokki *Delivery*, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Biaya gaji berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan. Sehingga dapat berpengaruh dikarenakan semakin tinggi biaya gaji yang berarti semakin tinggi juga pendapatan yang diperoleh, variabel biaya gaji dengan nilai t hitung sebesar 15,113 lebih besar dari t tabel 2,06390, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan variabel biaya gaji berpengaruh sebesar 0,270 terhadap variabel pendapatan.
2. Biaya promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap pendapatan dengan nilai t hitung sebesar -5,076 lebih kecil dari t tabel 2,06390, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan variabel biaya promosi berpengaruh sebesar -0,833 terhadap variabel pendapatan. Sehingga ketika biaya promosi mengalami kenaikan maka pendapatan perusahaan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan faktor lain yaitu tidak semua kegiatan promosi memberikan pengaruh positif secara signifikan terhadap keberlangsungan perusahaan.
3. Biaya gaji (X1) dan biaya promosi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan (Y) sebesar 90,9%. Sedangkan, sisanya $100\% - 90,9\% = 9,1\%$ dipengaruhi oleh variabel yang tidak diuji pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aly, Bustoro. *Buku Undang-Undang Ketenagakerjaan Republik Indonesia*, Jakarta: Bumi Pustaka. 2018.
- Ari, Setyaningrum. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi. 2015.
- Bastian, Indra. *Manajemen Keuangan Publik*. Yogyakarta: Andi Offset. 2020.
- Darmawan, Didit, dkk., *Manajemen Sumber Daya Manusia Era Digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Maret 2023
- Fauzi, Fitriya, dkk., *Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat. 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Jakarta: Badan Penerbit Undip. 2018.
- Ghozali, Imam dan Dwi Ratmono. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika (Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10) Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. 2017.
- Greuning, dkk., *Teori Akuntansi*. Sidoarjo: CV. Globalcare. 2021.
- Greuning. *International financial reporting standards: sebuah panduan praktis*. Jakarta: Salemba Empat. 2013.
- Hariandja, Marioshot Tua Efendi. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Grasindo. 2002.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Hidayati, Mainita. dkk., *Teori Akuntansi: Pengantar dan Penerapan Konsep-konsep Akuntansi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. 2023.
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata)*. Yogyakarta: Quadrant. 2020
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an Madina dilengkapi dengan Terjemah dan Materi Tentang Akhlak Mulia*. Bandung: PT Madina Raihan Makmur.
- Kusnanto, Danang. *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik Mencapai Target*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata. 2023.

- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. 2007.
- Marianus, Fachri Firdaus, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Aceh: Yayasan, 2021.
- Misra, Isra, dkk., *Manajemen Pemasaran Konsep dan Teori*. Yogyakarta: K-Media. 2023.
- Moh. Erfan Arif. *Bisnis Waralaba*. Malang: UB Press. 2021.
- Mulyadi. *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. 2010.
- Nur, Nur Khaerat, dkk., *Sistem Transportasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis. 2021.
- Sadikin, Ali, dkk., *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media. 2020.
- Siyoto, S dan Muhammad, *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015.
- Sugiyono dan Agus Susanto. *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel Teori & Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: ALFABETA. 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: ALFABETA. 2013.
- Suprianik. *Islam dan Green Economics*. Yogyakarta: Jejak Pustaka. 2022.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. 2015.
- Tuanakotta, *Berpikir Kritis Dalam Auditing*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2019.
- Warsopurnomo, Edy. *Kepemimpinan*. Semarang: CV. Oxy Consultant. 2020.

Jurnal

- Abdul, dkk. *Pengaruh Biaya Operasional dan Biaya Promosi terhadap Penjualan Sepeda Motor Honda PCX di PT. Daya Anugerah Mandiri Purwakarta Periode Tahun 2016-2020*. Jurnal Edukasi. Vol. 5, No. 2, Januari-Februari 2023.
- Arwin, Yuliana Y. *Dampak Gaji dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*. Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi. Vol. 1, No. 1, Juli 2023.
- Hutasoit, Novia Partalenta, dkk., *Pengaruh Biaya Operasional terhadap Pendapatan pada Perum Damri Cabang Bandung*. Ekonomi: *Journal of Economics and Business* 6 (1). 2022.
- Deri, dkk., *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Gaji terhadap Profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery di Pangkal Pinang)*. Jurnal Ekonomi. Vol. 8, No. 1, Des 2022.
- Raja, dkk., *Pemanfaatan Aplikasi SPSS dalam Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran dan Gaji pada Pendapatan Telekomunikasi*. Jurnal Informatika. Vol. 7, No. 3, Agu 2023.
- Husin, dkk. *Pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan Hotel Claro Kendari*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Vol. 7, No. 2, Okt 2022
- Raja, dkk. *Pemanfaatan Aplikasi SPSS dalam Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran dan Gaji pada Pendapatan Telekomunikasi*. Jurnal Informatika. Vol. 7, No. 3, Agu 2023.
- Simanjuntak, Ricky Pratama. *Analisis Biaya Promosi Terhadap Tingkat Pendapatan Jasa pada Hotel Sudi Mampir di Cibitung*. Jurnal Parameter. Vol. 5 No. 5, Februari 2020.

Skripsi

- Ma'rifah, A'im Umatul. *Analisis Pemberlakuan Pajak UMKM terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM*. Skripsi. Surabaya: Universitas Bhayangkara. 2019.
- Nasution, Ahmad Fauji. *Pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan Sewa Kamar (Studi pada Garuda Plaza Hotel Medan 2015-2019)*. Skripsi. Universitas Medan Area. 2022.