

## PENGARUH BIAYA OPERASIONAL DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA PT. CYBERINDO MEDIA UTAMA KABUPATEN KARAWANG

Mira Anggraeni<sup>1</sup>, Cicie Prilianti<sup>2</sup>

Universitas Wanita Internasional Bandung, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [miraanggraeni743@gmail.com](mailto:miraanggraeni743@gmail.com)<sup>1</sup>, [cicie@iwu.ac.id](mailto:cicie@iwu.ac.id)<sup>2</sup>

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 10 Bulan : Oktober Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<p><i>The background of this research is based on the phenomenon of inconsistent net profit fluctuations, despite the company showing year-over-year increases in sales volume. The discrepancy between revenue increases and net profit stability indicates potential inefficiencies in the company's cost structure and operational strategy. This study aims to analyze the effect of operating costs and sales volume on net profit at PT. Cyberindo Media Utama, Karawang Regency, from 2020 to 2024. The theory in this study relates to Operating Costs, Sales Volume, and Net Profit. The research method used is a quantitative method with an associative approach. The data source is secondary data obtained from PT. Cyberindo Media Utama in time series format, with a total of 52 samples taken using a purposive sampling technique. Data collection techniques include observation, documentation, and literature review. The main estimation models in panel data regression used in this study are the Common Effect Model (CEM), the Fixed Effect Model (FEM), and the Random Effect Model (REM). Three types of tests were used to determine the panel regression model: the Chow test, the Hausman test, and the Lagrange Multiplier test. Data analysis techniques included classical assumption testing and hypothesis testing using statistical calculations using Eviews version 12. The results of the study, using the Fixed Effects Model (FEM), indicate that operating costs have a positive and significant partial effect on net profit. This means that increased operating costs allocated efficiently to support operational activities and sales can actually increase company profits. Meanwhile, sales volume did not significantly affect net profit partially, indicating that increased sales may not necessarily be accompanied by increased profits due to possible additional costs or operational inefficiencies. However, simultaneously, operating costs and sales volume significantly influenced net profit</i></p>

**Keyword:** Operating Costs, Sales Volume, Net Profit, Fixed Effect Model

### Abstrak

Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena fluktuasi laba bersih yang tidak konsisten, meskipun perusahaan menunjukkan peningkatan volume penjualan dari tahun ke tahun. Ketidaksesuaian antara peningkatan pendapatan dan kestabilan laba bersih menjadi indikasi adanya potensi ketidakefisienan dalam struktur biaya dan strategi operasional yang diterapkan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya operasional dan volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Cyberindo Media Utama Kabupaten Karawang selama periode 2020 hingga 2024. Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan Biaya Operasional, Volume Penjualan dan Laba Bersih. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sumber data yang digunakan Adalah data sekunder yang diperoleh dari PT. Cyberindo Media

*Utamadengan bentuk time series dengan jumlah sebanyak 52 sampel yang diambil dengan Teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data Adalah observasi, dokumentasi dan studi Pustaka. Model estimasi utama dalam regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Menentukan model regresi panel dilakukan tiga jenis pengujian, yaitu uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier. Dengan Teknik analisis data yang terdiri dari Uji asumsi klasik, dan Uji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistic dengan bantuan EvIEWS versi 12. Hasil penelitian dengan pendekatan Fixed Effect Model (FEM) menunjukkan bahwa biaya operasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih secara parsial. Artinya, peningkatan biaya operasional yang dialokasikan secara efisien untuk mendukung aktivitas operasional dan penjualan justru dapat meningkatkan laba perusahaan. Sementara itu, volume penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih secara parsial, secara simultan, biaya operasional dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.*

**Kata Kunci:** Biaya Operasional, Volume Penjualan, Laba Bersih, Fixed Effect Model

## A. PENDAHULUAN

**Laba bersih yang fluktuatif selama periode 2020–2024 menjadi permasalahan utama yang dihadapi PT. Cyberindo Media Utama.** Ketidakstabilan laba ini menunjukkan adanya tantangan dalam pengelolaan keuangan perusahaan, terutama dalam memastikan efisiensi biaya dan efektivitas strategi penjualan. Meskipun perusahaan berada di sektor teknologi informasi yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi, realisasi laba bersih belum mencerminkan kinerja optimal yang seharusnya dapat dicapai dalam kondisi pasar yang dinamis.

**Penurunan dan ketidakteraturan laba bersih dari waktu ke waktu menimbulkan indikasi adanya ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran operasional perusahaan.** Biaya operasional yang mencakup pengeluaran tetap dan variabel seperti gaji teknisi, pemeliharaan jaringan, langganan perangkat lunak, dan utilitas kantor, terus mengalami perubahan yang tidak selalu sejalan dengan pendapatan. Hal ini berdampak langsung terhadap margin laba, di mana efisiensi biaya belum sepenuhnya tercapai.

**Volume penjualan yang mengalami peningkatan juga belum sepenuhnya mampu mendorong pertumbuhan laba bersih secara proporsional.** Meskipun terjadi pertumbuhan jumlah pelanggan atau peningkatan penjualan layanan, laba yang dihasilkan tidak selalu meningkat sebanding. Fenomena ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan belum didukung oleh struktur biaya yang efisien atau kemungkinan adanya pemborosan dalam proses operasional.

**Ketidakesesuaian antara kenaikan volume penjualan dan realisasi laba bersih memperkuat dugaan bahwa perusahaan belum melakukan analisis terintegrasi antara biaya operasional dan strategi penjualan.** Manajemen perusahaan tampaknya masih

menghadapi kendala dalam memahami bagaimana kedua variabel utama tersebut biaya operasional dan volume penjualan secara simultan memengaruhi pencapaian laba bersih.

Biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan berfungsi untuk menunjang aktivitas operasional, memperluas jaringan, meningkatkan kualitas layanan, dan mendukung proses penjualan. Pengeluaran biaya operasional yang dilakukan secara efisien dan terarah diharapkan dapat berkontribusi positif terhadap peningkatan laba bersih. Di sisi lain, volume penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Semakin besar volume penjualan, semakin tinggi pula potensi perusahaan untuk memperoleh laba.

Fenomena di lapangan menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori dan praktik. Pada PT. Cyberindo Media Utama Kabupaten Karawang, biaya operasional terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, seiring dengan kebutuhan pemeliharaan jaringan, pembaruan perangkat server, peningkatan kapasitas bandwidth, serta biaya promosi untuk menarik pelanggan baru. Sementara itu, volume penjualan juga menunjukkan tren peningkatan berkat bertambahnya kontrak baru dengan perusahaan manufaktur dan instansi pemerintah, serta meningkatnya permintaan internet dedicated akibat digitalisasi pasca pandemi. Meskipun demikian, peningkatan volume penjualan tersebut tidak selalu diikuti dengan peningkatan laba bersih yang sepadan. Hal ini dikarenakan beban biaya operasional yang tinggi sering kali menekan margin keuntungan. Dengan kata lain, meskipun perusahaan berhasil meningkatkan pendapatan melalui penjualan, tingginya pengeluaran membuat laba bersih yang diperoleh tidak maksimal.

**Permasalahan laba bersih yang tidak stabil ini mendorong perlunya penelitian untuk menganalisis pengaruh biaya operasional dan volume penjualan terhadap laba bersih secara komprehensif.** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan strategis bagi manajemen PT. Cyberindo Media Utama dalam merumuskan kebijakan efisiensi biaya dan optimalisasi penjualan yang berdampak nyata pada peningkatan laba bersih di masa mendatang.

Laba bersih dipengaruhi oleh biaya operasional, volume penjualan, serta dinamika internal perusahaan, seperti kebijakan alokasi anggaran dan efisiensi proses bisnis. Dalam konteks lingkungan bisnis yang berubah secara cepat, perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan strukturnya akan mengalami kesulitan dalam mempertahankan tingkat profitabilitas. Pada PT Cyberindo Media Utama, peningkatan pendapatan dari penjualan tidak selalu diimbangi dengan pengendalian beban yang memadai. Kondisi tersebut

menunjukkan bahwa perencanaan keuangan dan operasional belum berjalan selaras sehingga menimbulkan inkonsistensi dalam pencapaian laba.

*Analisis Cost-Volume-Profit* (CVP) menjadi pendekatan penting yang dapat digunakan untuk memahami lebih dalam hubungan antara volume penjualan, biaya, dan laba. CVP mampu mengidentifikasi titik impas serta memproyeksikan perubahan laba bersih berdasarkan skenario peningkatan penjualan atau efisiensi biaya. Dalam konteks PT. Cyberindo Media Utama, pendekatan ini dapat menjadi alat bantu strategis untuk mengevaluasi apakah kenaikan penjualan cukup signifikan untuk menutupi biaya tetap dan variabel yang terus berkembang. Dengan memahami struktur biaya dan sensitivitas laba terhadap volume penjualan, manajemen dapat mengambil keputusan yang lebih berbasis data dan terarah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh biaya operasional dan volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Cyberindo Media Utama Kabupaten Karawang, sehingga dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis bagi manajemen perusahaan dalam mengelola keuangan dan operasional secara lebih efektif.

Berikut adalah data empiris mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Biaya Operasional, Volume Penjualan dan Laba Bersih yang diambil dari data yang terlampir pada perusahaan PT. Cyberindo Media Utama periode 2020–2024 data dibawah ini diambil dari laporan keuangan dengan berdasarkan pernyataan Penyajian Laporan Keuangan yang telah disahkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dan dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1. 1 Laporan Biaya Operasional, Volume Penjualan, dan Laba Bersih pada PT. Cyberindo Media Utama**

Tahun	Kuartal	Biaya Operasional	Volume Penjualan	Laba Bersih
2020	K-I	Rp 13,000,000,000	Rp 75,000,000,000	Rp 2,000,000,000
	K-II	Rp 25,000,000,000	Rp 150,000,000,000	Rp 4,500,000,000
	K-III	Rp 37,000,000,000	Rp 220,000,000,000	Rp 6,000,000,000
	K-IV	Rp 50,000,000,000	Rp 300,000,000,000	Rp 8,000,000,000
2021	K-I	Rp 15,000,000,000	Rp 80,000,000,000	Rp 2,500,000,000
	K-II	Rp 27,000,000,000	Rp 160,000,000,000	Rp 5,000,000,000
	K-III	Rp 40,000,000,000	Rp 230,000,000,000	Rp 7,500,000,000
	K-IV	Rp 55,000,000,000	Rp 310,000,000,000	Rp 9,000,000,000
2022	K-I	Rp 17,000,000,000	Rp 85,000,000,000	Rp 3,000,000,000
	K-II	Rp 30,000,000,000	Rp 170,000,000,000	Rp 5,500,000,000
	K-III	Rp 45,000,000,000	Rp 240,000,000,000	Rp 7,800,000,000
	K-IV	Rp 60,000,000,000	Rp 320,000,000,000	Rp 10,000,000,000

2023	K-I	Rp 18,500,000,000	Rp 90,000,000,000	Rp 3,500,000,000
	K-II	Rp 32,000,000,000	Rp 180,000,000,000	Rp 6,000,000,000
	K-III	Rp 48,000,000,000	Rp 250,000,000,000	Rp 8,200,000,000
	K-IV	Rp 65,000,000,000	Rp 330,000,000,000	Rp 10,500,000,000
2024	K-I	Rp 20,000,000,000	Rp 95,000,000,000	Rp 4,000,000,000
	K-II	Rp 35,000,000,000	Rp 190,000,000,000	Rp 6,500,000,000
	K-III	Rp 50,000,000,000	Rp 260,000,000,000	Rp 8,800,000,000
	K-IV	Rp 70,000,000,000	Rp 340,000,000,000	Rp 11,000,000,000

Sumber : PT Cyberindo Media Utama (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa kondisi tersebut tidak selalu terjadi pada PT Cyberindo Media Utama. Perusahaan berhasil mengurangi biaya operasional, hal ini berdampak pada peningkatan volume penjualan dan laba bersih, seperti yang terlihat pada Kuartal II dan III tahun 2021, Kuartal IV tahun 2023, serta Kuartal I dan IV tahun 2024. Sebaliknya, saat perusahaan tidak mampu menekan biaya operasional, hal ini menyebabkan penurunan volume penjualan dan laba bersih, yang terjadi pada Kuartal I tahun 2020, Kuartal II dan III tahun 2022, serta Kuartal I hingga III tahun 2023.

Pada Kuartal II dan III tahun 2022, terdapat situasi di mana kenaikan biaya operasional justru disertai dengan peningkatan volume penjualan dan laba bersih. Pola serupa juga terjadi pada Kuartal II dan III tahun 2021 serta Kuartal I tahun 2023. Sebaliknya, pada Kuartal IV tahun 2020, meskipun biaya operasional menurun, laba bersih dan volume penjualan justru ikut menurun. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara kondisi aktual dengan teori yang menyatakan bahwa pengurangan biaya operasional seharusnya meningkatkan laba bersih.

Perbandingan volume penjualan dengan laba bersih, ditemukan pula ketidaksesuaian dengan teori. Contohnya, pada Kuartal II dan IV tahun 2021, peningkatan volume penjualan justru diikuti oleh penurunan laba bersih. Hal serupa juga terlihat pada Kuartal IV tahun 2020 dan Kuartal II tahun 2022. Volume penjualan mengalami penurunan, biaya operasional malah meningkat, seperti yang terjadi pada Kuartal IV tahun 2023. Situasi ini bertentangan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

Ketidaksesuaian antara teori dan kenyataan terlihat pada hubungan antara ketiga variabel. Sebagai contoh, pada Kuartal II dan III tahun 2024 dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2023, terjadi penurunan laba bersih meskipun biaya operasional menurun dan volume penjualan meningkat. Berdasarkan teori, biaya operasional dan laba bersih seharusnya memiliki hubungan yang berlawanan, sedangkan volume penjualan dan laba bersih seharusnya memiliki hubungan yang searah.

Berdasarkan penjelasan permasalahan yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Biaya Operasional dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih pada PT. Cyberindo Media Utama Kabupaten Karawang".

## **B. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan untuk mengetahui adanya hubungan antar variabel serta memperoleh bukti nyata mengenai keterkaitan variabel-variabel tersebut. Menurut (Sugiyono, 2022), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bersifat inferensial, yaitu penelitian yang menghasilkan kesimpulan melalui pengujian hipotesis secara statistik berdasarkan data empiris yang diperoleh melalui proses pengukuran.

Penelitian ini berfokus pada pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis dan mengukur hubungan antara biaya operasional, volume penjualan, dan laba bersih pada PT Cyberindo Media Utama. Pendekatan ini dianggap relevan karena seluruh variabel yang diteliti dapat diukur secara numerik sehingga memungkinkan pengolahan data menggunakan teknik analisis statistik. Dengan demikian, analisis kuantitatif dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai pengaruh biaya operasional dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan (Sugiyono, 2022).

Penelitian kuantitatif mengandalkan data numerik yang dapat diklasifikasikan, diukur, dan dianalisis secara statistik guna mengungkap pola hubungan antar variabel serta untuk menghasilkan generalisasi. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif guna mengetahui apakah hipotesis yang telah diajukan terbukti atau tidak (Sarwono, 2022)

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

PT. Cyberindo Media Utama adalah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, khususnya dalam layanan pengembangan aplikasi (*custom software development*) dan layanan internet (*Internet Service Provider/ISP*) untuk berbagai perusahaan berskala besar. Perusahaan ini berperan sebagai mitra teknologi bagi kliennya dalam hal peningkatan efisiensi operasional dan transformasi digital.

Perusahaan ini telah beroperasi selama lebih dari satu dekade, dan memiliki klien dari berbagai sektor, seperti perbankan, manufaktur, pemerintahan, hingga perusahaan

telekomunikasi. Fokus utama perusahaan adalah menyediakan solusi digital berbasis kebutuhan spesifik tiap mitra bisnis.

Visi Perusahaan: Menjadi penyedia layanan teknologi informasi terdepan di Indonesia yang mendukung transformasi digital secara berkelanjutan.

Misi Perusahaan:

- 1) Memberikan solusi teknologi yang inovatif, aman, dan handal.
- 2) Menyediakan layanan internet berkualitas tinggi untuk mendukung konektivitas bisnis.
- 3) Menjalinkan kemitraan jangka panjang dengan perusahaan-perusahaan besar melalui pelayanan yang responsif dan berbasis kebutuhan.
- 4) Terus meningkatkan sumber daya manusia yang profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Lokasi pusat operasional PT. Cyberindo Media Utama berada di kawasan pusat bisnis Jakarta, dengan jaringan layanan yang menjangkau berbagai kota besar di Indonesia. Dengan struktur organisasi yang profesional dan sumber daya manusia yang kompeten, perusahaan ini terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai pemain utama di bidang jasa teknologi.

### Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data dari masing-masing variabel dalam penelitian, yaitu Biaya Operasional, Volume Penjualan, dan Laba Bersih. Analisis ini meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel selama periode pengamatan, yaitu kuartal I hingga kuartal IV tahun 2020 sampai 2024, dengan total 20 observasi. Tabel berikut menyajikan hasil analisis deskriptif untuk ketiga variabel:

**Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif**

Variabel	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Biaya Operasional	Rp13.000.000.000	Rp70.000.000.000	Rp36.625.000.000	Rp17.064.357.056
Volume Penjualan	Rp75.000.000.000	Rp340.000.000.000	Rp197.250.000.000	Rp80.359.090.915
Laba Bersih	Rp2.000.000.000	Rp11.000.000.000	Rp6.322.500.000	Rp2.785.982.251

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)



**Biaya Operasional**

Hasil analisis menunjukkan bahwa biaya operasional Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar Rp13.000.000.000 pada kuartal I tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar Rp70.000.000.000 pada kuartal IV tahun 2024. Rata-rata biaya operasional selama periode penelitian sebesar Rp36.625.000.000, dengan standar deviasi sebesar Rp17.064.357.056. Angka ini menunjukkan adanya variasi yang cukup besar antar periode yang berarti pengeluaran Perusahaan untuk kegiatan operasional mengalami fluktuasi signifikan dari tahun ke tahun.

Kenaikan biaya operasional umumnya sejalan dengan upaya Perusahaan dalam memperluas jaringan, meningkatkan kapasitas layanan, serta memenuhi kebutuhan sumber daya manusia yang kompeten. Namun standar deviasi yang tinggi menandakan bahwa perusahaan meningkatkan konsistensi dalam pengelolaan biaya agar tidak membebani margin keuntungan. Pengeluaran yang tidak terkendali berpotensi menekan laba meskipun volume penjualan naik.

**Volume Penjualan**

Volume penjualan menunjukkan nilai minimum sebesar Rp75.000.000.000 pada kuartal I tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar Rp340.000.000.000 pada kuartal IV tahun 2024. Rata-rata volume penjualan adalah Rp197.250.000.000, dengan standar deviasi sebesar Rp83.972.432.387. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan, terdapat perbedaan signifikan antar periode yang perlu diperhatikan.

Peningkatan volume penjualan dapat dihubungkan dengan meningkatnya kebutuhan pasar terhadap layanan teknologi informasi, terutama layanan internet dedicated yang menjadi produk unggulan Perusahaan. Namun demikian, kenaikan penjualan tidak selalu diiringi oleh peningkatan laba bersih. Hal ini dapat terjadi karena adanya tambahan biaya promosi, peningkatan beban distribusi, atau kebijakan harga yang agresif untuk memenangkan persaingan pasar.

**Laba Bersih**

Variabel Laba Bersih memiliki nilai minimum sebesar Rp2.000.000.000 pada kuartal I tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar Rp15.000.000.000 pada kuartal IV tahun 2024. Rata-rata laba bersih yang dicapai perusahaan adalah Rp7.412.500.000, dengan standar deviasi sebesar Rp4.065.611.640. Angka ini menunjukkan bahwa laba bersih perusahaan mengalami fluktuasi yang cukup besar, meskipun secara umum terdapat tren kenaikan dari tahun



ketahun. Fluktuasi laba bersih ini menandakan bahwa perusahaan belum sepenuhnya mampu mengonversi peningkatan penjualan menjadi keuntungan bersih secara konsisten. Salah satu penyebabnya adalah tingginya biaya operasional yang mengurangi margin laba. Selain itu, faktor eksternal seperti dinamika harga pasar persaingan dengan penyedia jasa internet lain, serta biaya investasi infrastuktur juga turut memengaruhi kestabilan laba.

### **Keterkaitan Antar Variabel**

Biaya operasional dan volume penjualan memiliki kecenderungan meningkat sepanjang periode penelitian. Namun, laba bersih tidak selalu bergerak searah dengan kedua variabel tersebut. Pada beberapa periode, peningkatan biaya operasional yang diimbangi dengan kenaikan volume penjualan dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi, seperti pada kuartal III tahun 2022 dan kuartal IV tahun 2024. Akan tetapi, pada periode lain, kenaikan biaya operasional justru menekan laba bersih, meskipun volume penjualan meningkat.

Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya operasional menjadi kunci penting dalam menjaga profitabilitas perusahaan. Peningkatan volume penjualan yang tidak diiringi dengan efisiensi biaya hanya akan menghasilkan pendapatan tinggi namun dengan margin keuntungan rendah.

Manajemen Perusahaan perlu mengoptimalkan strategi *cost control* dan memastikan bahwa setiap rupiah yang dikeluarkan dalam biaya operasional mampu kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan laba bersih.

### **Implikasi Manajerial**

Implikasi Manajerial dari analisis deskriptif ini dapat disimpulkan bahwa PT. Cyberindo Media Utama masih menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara pertumbuhan penjualan dan efektivitas biaya operasional. Untuk itu, perusahaan perlu:

- a. Meningkatkan efisiensi biaya operasional, misalnya melalui digitalisasi proses, pengendalian biaya tetap, serta penggunaan teknologi hemat energi
- b. Memaksimalkan strategi pemasaran agar peningkatan volume penjualan dapat lebih berkontribusi terhadap laba bersih.
- c. Meningkatkan perencanaan keuangan berbasis data, dengan memanfaatkan analisis tren penjualan dan pengeluaran agar kebijakan perusahaan lebih tepat sasaran.

Dari ketiga variabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan variabel dengan rata-rata dan fluktuasi (standar deviasi) tertinggi, sedangkan laba bersih cenderung memiliki sebaran nilai yang lebih stabil. Dengan langkah-langkah tersebut,

perusahaan diharapkan dapat memperbaiki ketidaksesuaian antara peningkatan penjualan dan kestabilan laba, sehingga profitabilitas dapat dicapai secara lebih berkelanjutan.

Estimasi Model Regresi Panel

Common Effect Model (CEM)

Tabel 4. 2 Common Effect Model

Dependent Variable : Y  
Method : Panel Least Squares  
Date : 06/30/2025 Time : 17:56  
Sample : 2020 2024  
Peiods Included : 5  
Cross-sections include :4  
Total panel (unbalanced) observation : 19

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	758.000.000	218.000.000	3.483.088	0.0031
X1	0.143555	0.028122	5.104.637	0.0001
X2	0.001682	0.005403	0.311405	0.7595
R-square	0.983274	Mean Dependent var		670,000,000,000
Adjusted R-square	0.981183	S.D. dependent var		256,000,000,000
S.E. of regression	352.000.000	Akaike info criterion		4.233.870
Sum squared resid	1,98E+20	Schwarz criterion		4.248.782
Log likelihood	-3.992.176	Hannan-Quinn criter		4.236.394
F-statistic	4.702.977	Durbin-Watson stat		1.457.431
Prob (F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Pada Tabel 4.2 di atas hasil estimasi *Common Effect Model* (CEM) dengan metode *Panel Least Squares*. Penelitian ini menggunakan data panel dari tahun 2020 hingga 2024 dengan total 19 observasi yang mencakup 4 *cross-section* (perusahaan/satuan). Hasil estimasi menunjukkan bahwa nilai konstanta (C) sebesar 758.000.000 dengan nilai probabilitas 0,0031, yang berarti signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Variabel X1 memiliki koefisien sebesar 0,143555 dengan nilai probabilitas 0,0001, yang berarti secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Sementara itu, variabel X2 memiliki koefisien sebesar 0,001682 dengan nilai probabilitas 0,7595, yang berarti tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Nilai R-squared sebesar 0,983274 dan Adjusted R-squared sebesar 0,981183 menunjukkan bahwa sekitar 98% variasi dalam variabel Y dapat dijelaskan oleh

variabel-variabel independen dalam model. Nilai F-statistic sebesar 4,702977 dengan nilai probabilitas 0,000000 mengindikasikan bahwa model secara simultan signifikan, artinya secara bersama-sama variabel X1 dan X2 berpengaruh terhadap Y. Variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Variabel X2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

### **Fixed Effect Model (FEM)**

**Tabel 4. 3 Fixed Effect Model**

Dependent Variable : Y  
 Method : Panel Least Squares  
 Date : 06/30/2025 Time : 18:58  
 Sample : 2020 2024  
 Peiods Included : 5  
 Cross-sections include : 4  
 Total panel (unbalanced) observation : 19

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	867.000.000	161.000.000	5.368.814	0.0001
X1	0.057872	0.030258	1.912.648	0.0781
X2	0.017008	0.005607	3.033.087	0.0096
Effect specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-square	0.992794	Mean Dependent var		6,700,000,000
Adjusted R-square	0.990022	S.D. dependent var		2,560,000,000
S.E. of regression	256.000.000	Akaike info criterion		4.181.247
Sum squared resid	8.53E+17	Schwarz criterion		4.211.072
Log likelihood	-3.912.185	Hannan-Quinn criter		4.186.295
F-statistic	3.581.982	Durbin-Watson stat		1.879.941
Prob (F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.3, hasil estimasi *Fixed Effect Model* menunjukkan hubungan antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y) sebagai berikut:

- 1) Koefisien X1 (Biaya Operasional) sebesar 0.057872 dengan nilai *Probabilitas* 0.0781, yang berarti tidak signifikan pada tingkat signifikansi 5% namun mendekati batas signifikan pada tingkat 10%. Artinya, X1 memiliki pengaruh positif namun belum cukup kuat secara statistik terhadap Y.

- 2) Koefisien X2 (Volume Penjualan) sebesar 0.017008 dengan *Probabilitas* 0.0096, yang berarti signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y.
- 3) Nilai konstanta (C) sebesar 867.000.000 dan signifikan dengan *probabilitas* 0.0001, menandakan bahwa jika X1 dan X2 bernilai nol, maka Y masih memiliki nilai sebesar 867 juta.
- 4) *R-squared* (Koefisien Determinasi) sebesar 0.992794, yang berarti model mampu menjelaskan 99.28% variasi yang terjadi pada variabel dependen (Y).
- 5) *Adjusted R-squared* sebesar 0.990022, menunjukkan bahwa model tetap baik setelah disesuaikan dengan jumlah variabel.
- 6) *F-statistic* sebesar 3.581.982 dengan probabilitas 0.000000, artinya model secara keseluruhan signifikan dan layak digunakan.
- 7) *Durbin-Watson statistic* sebesar 1.879941, menunjukkan tidak adanya autokorelasi dalam model karena mendekati angka 2.

Secara keseluruhan, model *Fixed Effect* ini menunjukkan bahwa variabel volume penjualan (X2) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Y), sementara biaya operasional (X1) belum signifikan, namun arah pengaruhnya positif.

#### **Random Effect Model (REM)**

**Tabel 4. 4 Random Effect Model**

Dependent Variable : Y  
 Method : Panel Least Squares  
 Date : 06/30/2025 Time : 18:58  
 Sample : 2020 2024  
 Periods Included : 5  
 Cross-sections include : 4  
 Total panel (unbalanced) observation : 19

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	867.000.000	161.000.000	5.368.814	0.0001
X1	0.057872	0.030258	1.912.648	0.0781
X2	0.017008	0.005607	3.033.087	0.0096
Effect specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-square	0.992794	Mean Dependent var	6,700,000,000	
Adjusted R-square	0.990022	S.D. dependent var	2,560,000,000	
S.E. of regression	256.000.000	Akaike info criterion	4.181.247	

Sum squared resid	8.53E+17	Schwarz criterion	4.211.072
Log likelihood	-3.912.185	Hannan-Quinn criter	4.186.295
F-statistic	3.581.982	Durbin-Watson stat	1.879.941
Prob (F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.4, hasil estimasi dengan pendekatan *Random Effect Model* (REM) menunjukkan hubungan antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y), sebagai berikut:

- 1) Koefisien X1 (Biaya Operasional) sebesar 0.057872 dengan nilai *probabilitas* 0.0781. Artinya, X1 memiliki pengaruh positif terhadap Y, namun secara statistik tidak signifikan pada tingkat signifikansi 5%, tetapi mendekati batas signifikansi 10%.
- 2) Koefisien X2 (Volume Penjualan) sebesar 0.017008 dengan nilai *probabilitas* 0.0096, yang berarti signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Ini menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih (Y).
- 3) Nilai konstanta (C) sebesar 867.000.000 dan signifikan dengan *probabilitas* 0.0001. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika nilai X1 dan X2 adalah nol, maka Y tetap memiliki nilai sebesar 867 juta.

Dari aspek statistik model, diperoleh:

- 1) *R-squared* (Koefisien Determinasi) sebesar 0.992794, yang berarti model mampu menjelaskan 99.28% variasi pada variabel dependen.
- 2) *Adjusted R-squared* sebesar 0.990022, menunjukkan bahwa model tetap baik setelah disesuaikan terhadap jumlah variabel.
- 3) *F-statistic* sebesar 3.581.982 dengan *probabilitas* 0.000000, menandakan bahwa model signifikan secara keseluruhan.
- 4) *Durbin-Watson* statistic sebesar 1.879941, menunjukkan tidak terdapat autokorelasi yang serius dalam model karena nilainya mendekati angka 2.

Secara keseluruhan, model REM ini memberikan hasil yang sangat baik, dengan volume penjualan (X2) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Y), sedangkan biaya operasional (X1) belum signifikan, meskipun arah pengaruhnya positif.

### Pemilihan Model Regresi Panel

#### Uji Chow

Tabel 4. 5 Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
--------------	-----------	------	-------

Cross-section F	5,724507	(3,13)	0,0101
Cross-section Chi-square	15,998293	3	0,0011

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Uji Chow digunakan untuk menentukan apakah model yang paling sesuai untuk digunakan dalam analisis regresi panel adalah *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Common Effect Model* (CEM). Hipotesis yang diuji dalam Uji Chow adalah:

- 1)  $H_0$ : Model *Common Effect* lebih baik digunakan.
- 2)  $H_1$ : Model *Fixed Effect* lebih baik digunakan.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.5, diperoleh nilai statistik F sebesar 5,724507 dengan nilai probabilitas 0,0101, serta nilai statistik *Chi-square* sebesar 15,998293 dengan probabilitas 0,0011. Karena nilai probabilitas pada kedua pengujian tersebut lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak.

Kesimpulan Model *Fixed Effect* (FEM) lebih baik digunakan dibandingkan model *Common Effect* (CEM) dalam penelitian ini.

#### Uji Hausman

**Tabel 4. 6 Uji Hausman**

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	10,392069	2	0,0055

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Setelah diketahui bahwa model *Fixed Effect* lebih baik dari *Common Effect*, langkah selanjutnya adalah menentukan apakah model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang lebih sesuai digunakan. Untuk itu digunakan Uji *Hausman*. Hipotesis dalam Uji *Hausman* adalah:

- 1)  $H_0$ : Model *Random Effect* lebih baik (tidak ada korelasi antara *error* dan variabel independen).
- 2)  $H_1$ : Model *Fixed Effect* lebih baik (ada korelasi antara *error* dan variabel independen).

Hasil uji yang ditampilkan pada tabel 4.6. menunjukkan nilai *Chi-square* sebesar 10,392069 dengan probabilitas sebesar 0,0055. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak.

#### Uji Lagrange Multiplier (LM)

**Tabel 4. 7 Uji Lagrange Multiplier**

Lagrange Multiplier Tests for Random  
Effect  
Null hypotheses : No Effects

Alternative hypotheses :Tho-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all other) alternatives

Test	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.409544	0.549919	0.959463
	(0.5222)	(0.4584)	(0.3273)
Honda	0.639956	-0.741565	-0.071848
	(0.2611)	(0.7708)	(0.5286)
King-Wu	0.639956	-0.741565	-0.001707
	(0.2611)	(0.7708)	(0.5007)
Standardized Honda	1.273689	-0.587682	-2.512828
	(0.1014)	(0.7216)	(0.9940)
Standardized King-Wu	1.273689	-0.587682	-2.412882
	(0.1014)	(0.7216)	(0.9921)
Gourieroux et al.	--	--	0.409544
	--	--	(0.4648)

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) dilakukan untuk mengetahui apakah *model Random Effect* lebih baik digunakan dibandingkan dengan *model Common Effect*. Pengujian ini dilakukan jika sebelumnya hasil uji *Chow* tidak signifikan (tetapi dalam penelitian ini sudah signifikan). Namun, LM test tetap dilakukan sebagai pelengkap validasi. Hipotesis dalam Uji LM adalah:

- 1)  $H_0$ : *Common Effect* lebih tepat (tidak ada efek individual).
- 2)  $H_1$ : *Random Effect* lebih tepat (ada efek individual).

Berdasarkan Tabel 4.6, diperoleh hasil uji sebagai berikut:

- 1) *Cross-section*: nilai LM = 0,409544 dengan p-value = 0,5222
- 2) *Time*: nilai LM = 0,549919 dengan p-value = 0,4584
- 3) *Both*: nilai LM = 0,959463 dengan p-value = 0,3273

Seluruh nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, sehingga gagal menolak  $H_0$ .

Kesimpulan: Tidak terdapat efek individual yang signifikan, sehingga *model Common Effect* secara statistik dapat diterima. Namun demikian, karena hasil uji *Chow* dan *Hausman* menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* (FEM) lebih unggul, maka FEM tetap dipilih sebagai model terbaik.

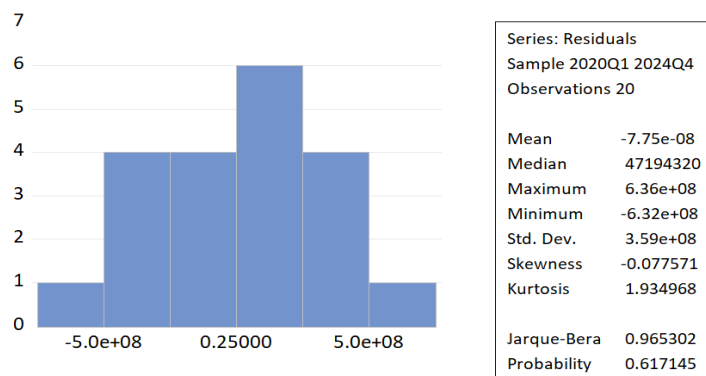
Berdasarkan hasil uji *Chow* dan *Hausman*, model yang paling tepat adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Model efek tetap (*Fixed Effect Model*/FEM) dipilih dalam penelitian ini karena dianggap paling sesuai untuk menggambarkan karakteristik data perusahaan PT. Cyberindo Media Utama selama periode 2020–2024. Berbeda dengan *Common Effect Model* (CEM) dan *Random Effect Model* (REM), FEM mampu mengakomodasi adanya heterogenitas individu



yang bersifat tetap (*time-invariant*), yaitu faktor-faktor khusus dalam perusahaan yang tidak berubah sepanjang periode penelitian tetapi berpotensi memengaruhi laba bersih.

### Teknik Analisis Verifikatif

#### Uji Normalitas



Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

**Gambar 4. 1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah residual dari model regresi tersebar normal. Berdasarkan histogram residual (gambar 4.1), bentuk distribusi residual terlihat mendekati simetris dengan puncak di tengah. Nilai mean residual adalah  $-7.75e-08$  (mendekati nol), dan nilai skewness adalah  $-0.077571$ , yang mendekati nol, mengindikasikan tidak ada kemiringan ekstrem pada data. Nilai kurtosis sebesar 1.934968 masih dalam batas wajar meskipun sedikit di bawah nilai normal (3). Hasil uji Jarque-Bera menunjukkan nilai 0.965302 dengan probabilitas sebesar 0.617145 ( $> 0.05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas terpenuhi dalam model ini.

#### Uji Heteroskedastisitas

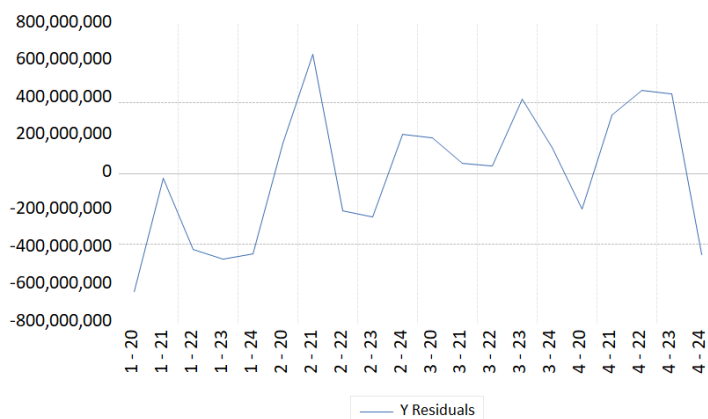
**Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas**

Panel Cross-section Heteroskedasticity LR Test  
Equation: UNTITLED  
Specification: Y C X1 X2  
Null hypothesis: Residuals are homoskedastic

Statistic	Value	Df	Probability
Likelihood ratio	12,75916	4	0,0125

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Pada *cross-section test* dan *period test* di atas yaitu menghasilkan "*residuals are homoskedastic*" yang artinya variansi dari error bersifat tetap/konstan (homoskedastik).



Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

**Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas**

Untuk menguji adanya heteroskedastisitas, dapat dilihat dari grafik residual terhadap waktu (Gambar 4.2). Pada grafik tersebut, fluktuasi residual terlihat naik turun secara acak tanpa membentuk pola tertentu seperti kipas atau tren tertentu. Dengan demikian, tidak ditemukan indikasi kuat adanya heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa model lolos uji heteroskedastisitas secara visual. Meskipun demikian, untuk uji formal seperti Breusch-Pagan tidak dilakukan dalam analisis ini.

#### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas**

	X1	X2
X1	1	0,986085
X2	0,986085	1

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Uji *multikolinearitas* dilakukan dengan melihat nilai korelasi antar variabel independen. Berdasarkan hasil korelasi (tabel 4.9), didapatkan bahwa korelasi antara X1 dan X2 sebesar 0.986085. Nilai ini tergolong sangat tinggi karena melebihi ambang batas umum sebesar 0.80, yang mengindikasikan bahwa terjadi *multikolinearitas* antara X1 dan X2. *Multikolinearitas* ini dapat menjelaskan mengapa dalam hasil regresi (tabel 4.8).

#### Uji Autokorelasi

**Tabel 4. 10 Uji Autokorelasi**

Metric	Value
R-squared	0,982387
Adjusted R-squared	0,980315
S.E. of regression	380000000
Sum squared	2,45E+18

resid	
Log likelihood	-421,865
F-statistic	474,1065
Prob(F-statistic)	0
<hr/> <hr/>	
Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)	

Uji *autokorelasi* dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara residual pada satu periode dengan periode sebelumnya dalam model regresi. Autokorelasi dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak efisien dan kesalahan standar menjadi bias, sehingga uji ini penting untuk memastikan validitas model.

Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai *Durbin-Watson* (DW). Berdasarkan *output* regresi panel, nilai *Durbin-Watson* sebesar 1.457431. Nilai ini mendekati angka 2, namun berada sedikit di bawah rentang toleransi umum 1.5–2.5 yang biasa digunakan untuk mendeteksi autokorelasi.

Nilai DW yang lebih kecil dari 2 menunjukkan adanya indikasi autokorelasi positif, namun karena nilainya masih berada dekat dengan batas bawah 1.5, maka autokorelasi tersebut dapat dikategorikan sebagai lemah atau tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi panel dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya *autokorelasi* yang kuat, sehingga asumsi klasik *autokorelasi* terpenuhi dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, diperoleh bahwa Uji normalitas residual menggunakan *Jarque-Bera test* menghasilkan nilai JB sebesar 0,965302 dengan probabilitas 0,617145 ( $> 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Uji heteroskedastisitas menggunakan *Lagrange Multiplier test* menunjukkan nilai  $\chi^2$  sebesar 12,75916 dengan probabilitas 0,0125 ( $< 0,05$ ). Hasil ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas, meskipun secara visual grafik scatterplot residual tidak menunjukkan pola tertentu. Untuk mengantisipasi hal ini, model dianalisis kembali menggunakan *robust standard errors* agar hasil estimasi tetap reliabel.

Uji *multikolinearitas* menunjukkan bahwa korelasi antar variabel independen (biaya operasional dan volume penjualan) mencapai 0,986 ( $> 0,80$ ), yang berarti terdapat multikolinearitas tinggi. Kondisi ini dapat memengaruhi signifikansi parsial variabel, sehingga perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil. Uji autokorelasi dengan *Durbin-Watson* menghasilkan nilai 1,879941 yang mendekati angka 2, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi serius.

### Uji Hipotesis

## Uji T (Parsial)

**Tabel 4. 11 Uji T (Parsial)**

Dependent Variable : Y  
 Method : Panel Least Squares  
 Date : 06/19/2025 Time : 00:51  
 Sample : 2020 2024  
 Periods Included : 5  
 Cross-sections include : 4  
 Total panel (unbalanced) observation : 19

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	594000000	217000000	2,73673	0,0141
X1	0,144735	0,03037	4,765677	0,0002
X2	0,002088	0,005832	0,358104	0,7247

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Dalam sebuah penelitian, uji signifikansi secara parsial (uji t) digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Uji parsial dilakukan untuk mengetahui signifikansi atau pengaruh secara individu dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Hipotesis dasar uji parsial adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0$ : Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen
- 2)  $H_1$ : Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen

Untuk menentukan signifikansi, nilai signifikansi (Prob.) dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05. Jika nilai Prob. < 0,05, maka variabel berpengaruh secara signifikan.

#### 1) Uji Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan output regresi pada Tabel 4.10, diperoleh nilai t-statistik untuk variabel X1 sebesar 4,765677 dengan nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,0002.

Karena:  $0,0002 < 0,05$  dan t-statistik ( $4,765677$ ) > t-tabel ( $\pm 2,02234$ )

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (harga saham). Dengan demikian, hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti secara parsial variabel laba berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

#### 2) Uji Volume Penjualan terhadap Laba Bersih

Diperoleh nilai t-statistik sebesar 0,358104 dengan probabilitas sebesar 0,7247.

Karena:  $0,7247 > 0,05$  dan  $t\text{-statistik } (0,358104) < t\text{-tabel } (\pm 2,02234)$

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, hipotesis  $H_0$  diterima, yang berarti secara parsial variabel volume penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih

Uji F (Simultan)

**Tabel 4. 12 Uji F (Simultan)**

<b>F-statistic</b>	<b>Prob(F-statistic)</b>
474,1065	0

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji signifikansi variabel independen X1 dan X2 terhadap variabel dependen Y secara simultan.

Hipotesis uji F:

- 1)  $H_0$ : Secara simultan, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_1$ : Secara simultan, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan Tabel 4.12:

- 1) Nilai F-statistic = 474,1065
- 2) Prob (F-statistic) = 0,0000

Karena Prob (0,0000)  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, sedangkan volume penjualan tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan baik dari sisi teori maupun fenomena di lapangan.

### **Biaya Operasional Berpengaruh terhadap Laba Bersih**

Biaya operasional merupakan pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan untuk menunjang aktivitas sehari-hari, seperti pemeliharaan jaringan, pembaruan infrastruktur, pembayaran gaji karyawan, serta kegiatan pemasaran. Ketika biaya operasional dialokasikan secara efisien, pengeluaran ini berfungsi sebagai investasi yang dapat meningkatkan kualitas

layanan, menjaga keandalan operasional, dan memperkuat daya saing perusahaan. Dengan demikian, biaya yang dikeluarkan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan laba bersih.

Fenomena di lapangan mendukung temuan ini. PT. Cyberindo Media Utama mengalokasikan biaya operasional untuk pembangunan dan pemeliharaan jaringan internet dedicated, peningkatan kapasitas bandwidth, serta pembaruan perangkat server. Langkah ini membuat layanan internet perusahaan lebih stabil dan berkualitas. Kondisi tersebut memperkuat kepercayaan pelanggan, meningkatkan retensi pelanggan lama, dan menarik pelanggan baru. Dengan demikian, meskipun biaya operasional meningkat, laba bersih perusahaan juga ikut terdorong karena pengeluaran tersebut benar-benar memberikan nilai tambah terhadap kinerja perusahaan.

### **Volume Penjualan Berpengaruh Terhadap Laba Bersih**

Peningkatan volume penjualan seharusnya berdampak positif terhadap laba bersih. Akan tetapi, pada praktiknya, tingginya penjualan tidak selalu menghasilkan laba yang lebih besar. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti besarnya biaya promosi, strategi pemberian diskon, serta adanya persaingan harga di industri penyedia jasa internet yang cukup ketat. Dengan kata lain, peningkatan penjualan sering kali diimbangi dengan peningkatan biaya yang besar, sehingga dampaknya terhadap laba bersih menjadi tidak signifikan.

Fenomena di lapangan memperlihatkan hal yang sama. PT. Cyberindo Media Utama memang mengalami peningkatan jumlah pelanggan dari sektor industri maupun instansi pemerintah, terutama setelah adanya tren digitalisasi pasca pandemi. Namun, untuk memperoleh kontrak baru, perusahaan kerap menawarkan paket harga khusus dengan margin keuntungan yang relatif kecil. Selain itu, semakin banyak pelanggan juga berarti semakin tinggi biaya pemeliharaan jaringan, layanan teknis, serta beban distribusi. Akibatnya, meskipun volume penjualan meningkat, laba bersih yang diperoleh tidak mengalami peningkatan yang sepadan.

### **Implikasi Temuan**

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya operasional memberikan pengaruh signifikan terhadap laba bersih karena pengeluaran tersebut berfungsi langsung untuk menjaga kualitas layanan yang mendukung profitabilitas. Volume penjualan tidak berpengaruh signifikan karena pertumbuhan penjualan disertai dengan biaya tambahan yang tinggi sehingga tidak sepenuhnya meningkatkan laba bersih. Hal ini menunjukkan bahwa bagi

PT. Cyberindo Media Utama, pengelolaan biaya operasional yang efisien lebih krusial dibanding hanya berfokus pada peningkatan volume penjualan.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

R-squared	Adjusted R-squared
0,982387	0,980315

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil output regresi panel, diperoleh nilai R-squared sebesar 0,982387 atau 98,24%, yang berarti bahwa sebesar 98,24% variasi pada variabel dependen Y dapat dijelaskan oleh variabel independen X1 dan X2 dalam model. Sisanya, yaitu sebesar 1,76%, dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi ini. Jika mengacu pada Tabel 3.2 tentang tingkat hubungan korelasi, nilai R (akar kuadrat dari R-squared) dapat dihitung sebagai berikut:

$$R = \sqrt{0,982387} \approx 0,99115$$

Nilai ini berada pada rentang 0,80 – 1,000, yang menurut *Ambari et al. (2020)* termasuk dalam kategori “sangat kuat”. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model ini sangat kuat, dan model regresi dapat dikatakan sangat baik dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel Y.

Nilai Adjusted  $R^2$  yang sangat tinggi ini memberikan indikasi bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat kelayakan yang sangat baik. Hal ini menegaskan bahwa biaya operasional dan volume penjualan merupakan faktor utama yang memengaruhi laba bersih PT. Cyberindo Media Utama. Dari perspektif manajerial, perusahaan perlu memberi perhatian besar terhadap pengelolaan biaya operasional dan strategi peningkatan penjualan, karena keduanya terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja laba.

Masih terdapat sisa sebesar 0,5% yang tidak dapat dijelaskan oleh model. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor lain di luar biaya operasional dan volume penjualan yang turut memengaruhi laba bersih, meskipun dalam porsi yang sangat kecil. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari aspek eksternal, seperti inflasi, kebijakan pemerintah di bidang telekomunikasi, tingkat persaingan industri, maupun perkembangan teknologi. Selain itu, faktor internal, seperti strategi harga, efektivitas promosi, kualitas layanan, dan efisiensi sumber daya manusia, juga berpotensi memengaruhi laba bersih perusahaan.

Dari sudut pandang praktis, nilai Adjusted  $R^2$  yang tinggi ini memberikan implikasi penting bagi manajemen. Perusahaan perlu memastikan bahwa setiap pengeluaran biaya



operasional benar-benar terarah pada upaya peningkatan kualitas layanan dan efisiensi operasional. Dengan demikian, peningkatan biaya operasional dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan laba bersih. Di sisi lain, peningkatan volume penjualan perlu diiringi dengan strategi pengelolaan harga yang tepat dan efisiensi biaya agar kontribusinya terhadap laba lebih maksimal.

Temuan ini juga memberikan arah bagi penelitian selanjutnya. Dengan melihat bahwa 0,5% variasi laba bersih masih dipengaruhi oleh variabel lain, penelitian mendatang dapat memasukkan variabel tambahan, seperti biaya promosi, strategi distribusi, atau kondisi makroekonomi, agar model menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode analisis yang berbeda, misalnya analisis time series atau model regresi non-linear, juga dapat memberikan wawasan baru mengenai dinamika hubungan antarvariabel dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil koefisien determinasi ini memperkuat kesimpulan bahwa laba bersih PT. Cyberindo Media Utama sangat bergantung pada pengelolaan biaya operasional dan pencapaian volume penjualan. Namun, perusahaan tetap harus memperhatikan faktor lain yang meskipun kecil, dapat menjadi penentu keberlanjutan profitabilitas di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data panel dengan pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM), serta pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba Bersih hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Biaya Operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Bersih pada PT. Cyberindo Media Utama. Artinya, setiap kenaikan pada biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan akan diikuti dengan peningkatan laba bersih, selama biaya tersebut dialokasikan secara efektif dan efisien. Biaya operasional dalam hal ini meliputi pengeluaran yang digunakan untuk mendukung aktivitas perusahaan, baik yang berhubungan dengan operasional harian, kegiatan penjualan, maupun aktivitas pendukung lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa Biaya Operasional tidak dapat hanya dianggap sebagai beban perusahaan, tetapi juga sebagai faktor penting yang mendorong produktivitas dan profitabilitas. Ketika biaya operasional digunakan secara tepat sasaran—misalnya untuk memperbaiki sistem distribusi, meningkatkan kualitas

layanan, atau mendukung pemasaran maka dampaknya akan memperbesar peluang perusahaan memperoleh laba bersih yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan manajemen biaya operasional dengan strategi yang terencana agar setiap pengeluaran benar-benar memberikan nilai tambah bagi pertumbuhan laba.

- 2) Pengaruh Volume Penjualan terhadap Laba Bersih, Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Volume Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada PT. Cyberindo Media Utama. Kondisi ini menandakan bahwa peningkatan Volume Penjualan belum mampu menjamin peningkatan Laba Bersih. Walaupun penjualan produk mengalami kenaikan, hal tersebut tidak otomatis meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya biaya tambahan yang muncul seiring meningkatnya volume penjualan, misalnya biaya produksi tambahan, biaya pengiriman dan distribusi, maupun biaya promosi yang lebih besar. Selain itu, terdapat kemungkinan bahwa harga jual produk relatif rendah atau margin keuntungan yang diperoleh dari penjualan tidak cukup besar untuk menutupi biaya yang timbul. Dengan demikian, Volume Penjualan memang penting bagi kelangsungan usaha, namun tanpa adanya pengelolaan biaya yang tepat serta efisiensi pada setiap proses produksi dan distribusi, kenaikan penjualan tidak serta-merta meningkatkan laba bersih perusahaan.
- 3) Pengaruh Biaya Operasional dan Volume Penjualan secara simultan terhadap Laba Bersih, Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel Biaya Operasional dan Volume Penjualan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Laba Bersih pada PT. Cyberindo Media Utama. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-statistik yang signifikan. Hasil ini memperlihatkan bahwa kedua variabel independen meskipun menunjukkan hasil yang berbeda secara parsial di mana Biaya Operasional signifikan sedangkan Volume Penjualan tidak signifikan namun secara bersama-sama tetap memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan variasi Laba Bersih. Dengan demikian, perusahaan perlu memperhatikan kedua aspek ini secara bersamaan, yaitu mengelola biaya operasional agar efisien sekaligus memastikan strategi penjualan dilakukan dengan tepat, sehingga dapat memberikan dampak positif yang optimal terhadap laba bersih.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

Buku :

Dr. Ratih Baiduri, M. S. (2020). Teori-Teori Antropologi.

- Heni Sunarya, S.E, M. M. (2023). Manajemen Keuangan. 1–23.
- Jaya, A., Kuswandi, S., Prastyandari, C. W., Baidlowi, I., Mardiana, Ardana, Y., Sunandes, A., Nurlina, Palnus, & Muchsidin, M. (2023). Manajemen Keuangan. In Modul Kuliah (Vol. 7, Issue 2).
- Ayu, S., & Rosli, M. S. Bin. (2020). Uji Reliabilitas Instrumen Penggunaan SPADA (Sistem Pembelajaran dalam Jaringan). *Biormatika*, 6(1), 145–155.
- Paramida, & Rachmawati. (2024). PENGARUH BIAYA PRODUKSI , BIAYA PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA SEKTOR INDUSTRI FOOD AND TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021-2023. 9(204), 3732–3741.
- Sarwono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. 2, 1–222.
- Jurnal :
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Ayu Lestari, D., Damayanti, R., Surya Kencana No, J., & Selatan, T. (2023). Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 2023. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.412>
- Candra, S. F., & Irmeilyana, I. (2024). Model Regresi Data Panel pada Pengaruh Faktor Curah Hujan Terhadap Produksi Kopi di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2014-2021. *Jurnal Penelitian Sains*, 26(1), 30. <https://doi.org/10.56064/jps.v26i1.916>
- Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt.Perkebunan Nusantara VIII. *AKURAT | Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(1), 43–54.
- Fauzi, A., Setyo, A. D., Zaen, M. F., Randyka, R., Peres, R., Loi, J., Juliano, V., Napa, J., & Rizki, Y. (2024). Manajerial Dalam Membuat Keputusan Bisnis. 2(2), 1506–1523.
- Febrianti, D., Zakia, Z., & Mawardi, E. (2024). Analisis Biaya Operasional Alat Berat pada Pekerjaan Timbunan. *Tameh*, 10(1), 33–41. <https://doi.org/10.37598/xqf5mn09>
- Hasni, P., Noviantoro, D., & Septianti, D. (2020). (Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis). (Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis, 1(1), 27–35.
- Hastiwi, M., Novilasari, E. D., & Nugroho, N. T. (2023). Pentingnya Laporan Keuangan Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 3(1), 16–24. <https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2630>

- Hendrawan, A., & Pradhanawati, A. (2025). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 357–367.
- Heni, N., Ari, K., Wahyu, ningsih nur, & Weny, R. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan Keluarga dan Pelatihan Kewirausahaan Gender dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1192–1198.
- Heni Sunarya, S.E, M. M. (2023). *Manajemen Keuangan*. 1–23.
- Jaya, A., Kuswandi, S., Prastyandari, C. W., Baidlowi, I., Mardiana, Ardana, Y., Sunandes, A., Nurlina, Palnus, & Muchsidin, M. (2023). *Manajemen Keuangan*. In *Modul Kuliah* (Vol. 7, Issue 2).
- Kuswindi, R., Pungki, M., Ummah, P. T., Chasanah, N. N., & Dewi, H. K. (2022). Pengaruh Pendapatan Dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pt. Kai Indonesia (Persero) Dan Entitas Anak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(1), 115–124. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i1.440>
- Lisna, T., & Hambali, D. (2020). Pengaruh Biaya Produksi , Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih ( Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2017 ) *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 05(02), 41–49.
- Magdalena, M., & Putra, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Volume Penjualanvivopada J-Bross Computer Dan Smartphone Padang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 374–398.
- Mahrusul Faizin, Achmad Daengs GS, Mahjudin Mahjudin, Diana Zuhro, & Tjandra Wasesa. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Produk Jasa Bordir Pada Cv. Aditama Di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 167–186. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v2i1.1613>
- Makmudah, & Reza, T. . (2022). *Jurnal Administrasi Bisnis. Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Mauizatul Hasanah, Akhmad Nur Zaroni, N. R. (2024). Pengaruh pendapatan bagi hasil dan fee based income terhadap laba bersih (studi kasus pada bank umum syariah periode 2018-2023). 3(1), 69–82.
- Maulana, J., & Sigalingging, W. P. (2025). Jaka Maulana, Winata Prasetyo Sigalingging *Universitas Logistik dan Bisnis Internasional*. 6, 101–111.

- Nuraini, A., & Andrew, T. (2023). Pengaruh Penerapan Akuntansi Hijau Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11(2), 353–362. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v11i2.1739>
- Paramida, & Rachmawati. (2024). PENGARUH BIAYA PRODUKSI , BIAYA PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA SEKTOR INDUSTRI FOOD AND TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021-2023. 9(204), 3732–3741.
- Pasaribu, E. M. W., & Hasanuh, N. (2021). Effect of production costs and operational costs on net income. ::*Journal of Economic, Business and Accounting*, 4, 2.
- Price, D. A. N., Book, T. O., Terhadap, V., & Saham, H. (2020). Pengaruh Return on Assets, Return on Equity, Earning Per Share Dan Price To Book Value Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya*, 5(1), 33–49. <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i1.377>
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Sari, C. P. M., & Trisniarti, N. (2023). Analisis Fixed Effect Model Luas Panen Dan Produksi Padi Terhadap Pdrb Pada 5 Provinsi Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/jepu.v6i1.12294>
- Sri Marini, Superwiratni, & Ita Karnita. (2023). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Studi Mahasiswa. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(1), 107–117. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v9i1.1332>
- Sugiyono. (2022). Identifikasi Perilaku Bidang Pengembangan Moral Anak Kelompok B Di Tk It Al-Dhaifullah Desa Betung Kecamatan Abab Kabupaten .... Alfabeta,Bandung, 27–44. <https://repository.unsri.ac.id/106058/>
- Suparman, D. R., Jajang, D., & Wahyudin, S. H. G. (2023). Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan PT Bekaert Indonesia Karawang. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i1.51314>
- Surepi, Lenda, Azwar Rahmat, and R. J. (2021). Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Aghniya*, 4.1, 1–10.
- Usman, A. (2022). Analisis Perbandingan Minat Berwirausaha Mahasiswa dari Perspektif Perbedaan Gender. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 36–51. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.614>

- Wida Rahmayani, M., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 131–140. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.1428>
- Widyawati, N., Mahriani, E., Yudawisastra, H. G., Zulfikar, R., Bagenda, C., Aziz, L. H., Sintha, L., Suharyati, S., Ratri, W. S., Wattimena, C. M. A., Satmoko, N. D., & Setianingsih, R. E. (2023). *Pengantar Administrasi Bisnis*.
- Yanti, E. M., & Ramziah, R. (2023). Dampak International Financial Reporting Standard (IFRS) terhadap Laporan Keuangan Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Ekobismen*, 3(1), 45–51. <https://doi.org/10.47647/jeko.v3i1.1040>
- Zaelani, R., Wulandari, R., & Patandung, H. (2023). Terhadap Return Saham Pada Pt Garuda Indonesia Tbk. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development*. <https://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/demand/article/view/354/260>