

ANALISIS PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK DAN EFISIENSI BIAYA TRANSPORTASI TERHADAP LABA / RUGI PENJUALAN TAHUN 2013-2017 (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia Cabang Pangkalpinang)

ORLIDE ELEN SIAHAAN
NELLY ASTUTI
STEFANUS PRIMA NUGROHO

Accounting Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkalpinang, Indonesia
e-jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract - *The main purpose of this research is to know the effect of Product Diversification and Transportation Cost to Sales Profit at Pangkalpinang branch office. The types of products that become Objects in this study are Special Express Mail, Package Express Fast Special, Ordinary Postage Package, Express Document Regional and National and Express Goods Regional and National.*

The research method used in this study Multiple Linear Regressions using SPSS for data processing. While the results of data processing for each product both partially and simultaneously product diversification and transportation costs significantly affect the sales profit obtained Sig./ significant value or probability value 0,000 or 0,000 <0.025. Thus, H0 is rejected and H1 is accepted. Thus, product diversification and transportation costs have a positive and significant impact on sales profit.

Keywords : *Product Diversification, Transportation Cost and Sales Profit*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Dengan adanya persaingan ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen dengan menerapkan strategi yang tepat dalam memenuhi target. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya. Mempertahankan dan bahkan menumbuhkan permintaan baru tentu bukan perkara mudah bagi para pelaku bisnis.

Dalam hal ini, perusahaan perlu menawarkan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berupa munculnya *email* dan sosial media serta meningkatnya pertumbuhan ekonomi menuntut adanya perubahan pada kebutuhan, keinginan maupun selera konsumen. Dampak yang diakibatkan dari adanya *email* dan sosial media dapat berkomunikasi dengan siapapun dan kapanpun, tanpa harus bertatap muka.

Untuk mengatasi ketatnya persaingan maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengatasi persaingan tersebut adalah dengan menerapkan strategi diversifikasi produk, dimana dalam menerapkan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menawarkan produk yang mampu bersaing, sehingga peningkatan penjualan produk dan jasa terus meningkat yaitu upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui penganeekaragaman produk, baik lewat pengembangan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada.

PT. Pos Indonesia adalah salah satu perusahaan dalam menjalankan kebijakan untuk meningkatkan volume penjualan dan untuk menghadapi persaingan yang tajam saat ini, memperhatikan produk yang dipasarkan, antara lain dengan mengadakan diversifikasi produk yakni kegiatan menambah jenis layanan produk yang dihasilkan, dengan maksud agar dapat lebih mudah memenuhi keinginan konsumen. Diversifikasi produk didefinisikan sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.

Dengan adanya diversifikasi produk ini maka konsumen lebih banyak pilihan untuk memenuhi selera mereka. Hal ini penting karena konsumen akan beralih kepada produk yang dirasa dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Ada kemungkinan bila perusahaan mengabaikan diversifikasi produk, maka konsumen akan berpindah pada produk pesaingnya, jika hal tersebut terjadi maka perusahaan

akan kehilangan pelanggan atau konsumen dan mengakibatkan menurunnya volume transaksi. Tetapi jika diversifikasi produk dijalankan sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan selera konsumen, maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

II. LANDASAN TEORI

Diversifikasi Produk

Bagi masyarakat umum kata diversifikasi produk cenderung ditafsirkan sebagai barang yang belum pernah diciptakan atau diproduksi oleh perusahaan sebelumnya, dan kemudian dirancang dengan berbagai modifikasi sebagai hasil dari kemajuan teknologi. Sedangkan di dalam ilmu pemasaran sendiri diversifikasi dapat diartikan lebih luas, jadi bukan semata-mata produk baru saja melainkan yang menyangkut aspek rancangan dan inovasi dari produk tersebut juga dianggap baru.

Menurut Tjiptono (2008:132), pengertian diversifikasi adalah sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.

Menurut Assauri (2007:218), diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Dalam diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru untuk pasar-pasar yang baru, sehingga terdapat bermacam- macam produk yang diproduksi perusahaan.

Strategi diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu:

- a. **Diversifikasi Konsentris**
Dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran, teknologi dengan produk yang sudah ada.
- b. **Diversifikasi Horisontal**
Dimana perusahaan menambah produk- produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
- c. **Diversifikasi Konglomerat**
Dimana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

Tabel 1.
Bentuk Deversifikasi Produk

NO	Nama Produk	Kategori Berat	Atribut Layanan
1	Pos Express	a. Kiriman dokumen berupa surat atau barang sampai dengan 2.000 gram. b. Kiriman barang lebih dari 2.000 gram dan maksimum 50.000gram	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan Kiriman Ritel <i>Next Day Before 5 P.M.</i> • Jaringan nasional meliputi 48 kota atau kabupaten serta regional di 201 kota atau kabupaten, • Jaminan ganti rugi bilakiriman terlambat. • Jaminan ganti rugi atas kerusakan atau kehilangan berdasarkan nilai barang yang dipertanggungkan, • Terdapat Fasilitas Jejak Lacak, • Diantar sampai ke alamat penerima yang berada Dalam Batas Antar atau tidak diantar atas permintaan pengirim.
2	Surat Kilat Khusus dan Paket Pos Kilat Khusus	Kategori Dokumen: <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat berat pertama: s.d. 100 gram • Tingkat berat kedua: lebih dari 100 gram s.d. 250 gram • Tingkat berat ketiga: lebih dari 250 gram s.d. 500 gram • Tingkat berat keempat: lebih dari 500 gram s.d. 1.000 gram • Tingkat berat kelima: lebih dari 1.000 gram s.d. 2.000 gram • Kiriman barang minimal 3.000 gram, dan maksimum 50.000 gram 	<ul style="list-style-type: none"> • Standar WaktuPenyerahan (SWP)maksimal H+4, dihitungsejak diposkan oleh Pengirim sampai dengan diantar pertama kali kepada Penerima,dikurangi Hari Libur Nasional. • Pengiriman barangmelalui POS KILAT KHUSUS saat ini tersedia di 1.800 kota atau kabupaten di Indonesia. • Jaminan ganti rugi bilakiriman terlambat. • Jaminan ganti rugi atas kerusakan atau kehilangan berdasarkan nilai barang yang dipertanggungkan, • Terdapat Fasilitas Jejak Lacak, • Diantar sampai ke alamat penerima yang berada Dalam Batas Antar atau tidak diantar atas permintaan pengirim.
3	Paket Pos Biasa	Layanan domestik untuk pengiriman paket yang minimal beratnya adalah 5.000 gram sampai dengan 20.000 gram.	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan pengirimanbarang dengan tarif paling ekonomis. Pengiriman barang melalui Paket Pos Biasa saat ini telah menjangkau lebih dari3.600 titik di seluruhIndonesia • Standar Waktu Penyerahan (SWP) maksimal H+14, dihitung sejak diposkan oleh Pengirim sampai dengan diantar pertama kali kepada Penerima, dikurangi Hari Libur Nasional. • Jaminan ganti rugi bilakiriman terlambat. • Jaminan ganti rugi atas kerusakan atau kehilangan

			berdasarkan nilai barang yang dipertanggungkan, • Terdapat Fasilitas Jejak Lacak, • Diantar sampai ke alamat penerima yang berada Dalam Batas Antar atau tidak diantar atas permintaan pengirim.
--	--	--	--

Definisi Biaya Transportasi

Biaya merupakan unsur yang penting dalam perusahaan yang merupakan objek yang tercatat, digolongkan, diringkas dan disajikan oleh akuntansi biaya. Biaya (*cost*) merefleksikan pengukuran moneter dari sumber daya yang dibelanjakan untuk mendapatkan sebuah tujuan. Akan tetapi, istilah biaya harus ditetapkan secara lebih spesifik sebelum biaya dari sebuah produk atau jasa ditentukan dan dikomunikasikan kepada orang lain. Biaya Transportasi adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan proses transportasi. Biaya transportasi merupakan salah satu biaya yang termasuk dalam biaya distribusi selain biaya langsung penjualan, biaya periklanan dan promosi, biaya pergudangan dan penyimpanan serta biaya distribusi umum.

Menurut Petrus (2012), berdasarkan perbedaan pada sifat jasa, operasi dan biaya pengangkutan maka jenis moda transportasi dapat dibedakan menjadi 4 kelompok, yaitu :

1. Angkutan Kereta Api (*Rail Road Railway*)
 Angkutan kereta api adalah jenis angkutan yang bergerak diatas rel. kereta api dapat mengangkut barang dan manusia dalam jumlah yang banyak dalam sekali jalan, baik menempuh jarak dekat maupun jarak jauh. Kereta api terdiri dari satu unit lokomotif dan beberapa gerbong yang berguna untuk tempat menampung barang atau manusia dalam perjalanan dari tempat asal ke tempat tujuan.
2. Angkutan Bermotor dan Jalan Raya (*Motor Road/Highway Transportation*)
 Angkutan bermotor pada umumnya beroperasi di jalan raya yang sudah disediakan sebagai sarana untuk transportasi. Angkutan ini dapat berupa mobil, sepeda motor dan sebagainya.
3. Angkutan Laut (*Water/Sea Transportation*)
 Angkutan laut adalah jenis angkutan yang digunakan untuk memperlancar arus perpindahan enghendaki adanya penandingan (*matching*) antara pendapatan dengan biaya yang relevan dan berkaitan dengan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan melalui jalur laut dengan menggunakan kapal.
4. Angkutan Udara (*Air Transportation*)
 Angkutan udara adalah jenis transportasi yang menggunakan pesawat terbang sebagai moda transportasinya dengan dilengkapi oleh teknologi di bidang navigasi dan telekomunikasi.

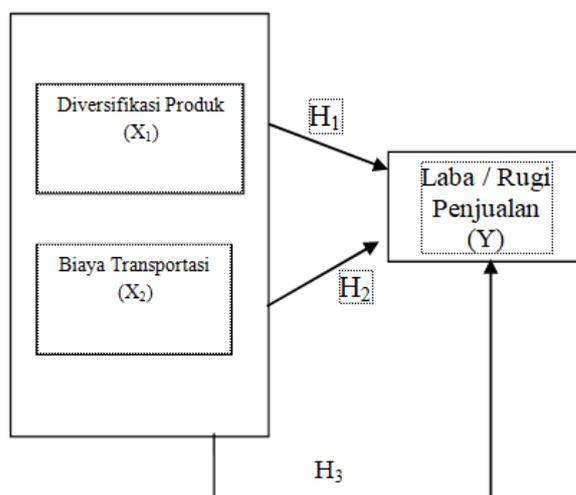
Laba / Rugi Penjualan

Laba / rugi penjualan dalam akuntansi memiliki lima karakteristik sebagai berikut:

- a. Didasarkan pada transaksi aktual yang berasal dari penjualan barang/ jasa.
- b. Didasarkan pada postulat periodisasi dan mengacu pada kinerja perusahaan selama satu periode tertentu.
- c. Didasarkan pada prinsip pendapatan yang memerlukan pemahaman khusus tentang definisi, pengukuran dan pengakuan pendapatan.
- d. Diperlukan pengukuran tentang biaya (*expenses*) dalam bentuk *cost histories* pendapatan tersebut

Penyajian dan informasi laba / rugi melalui laporan tersebut merupakan fokus kinerja perusahaan yang penting. Kinerja perusahaan merupakan hasil dari serangkaian proses dengan mengorbankan berbagai sumber daya. Adapun salah satu parameter kinerja perusahaan tersebut adalah perubahan laba.

Gambar 2.
Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: diolah oleh peneliti

1. Hipotesis Pertama
 H₀₁ : Diversifikasi produk tidak berpengaruh terhadap laba / rugi penjualan.
 H_{a1} : Diversifikasi produk berpengaruh terhadap laba / rugi penjualan.
2. Hipotesis Kedua
 H₀₁ : Biaya transportasi tidak berpengaruh terhadap laba/ rugi penjualan
 H_{a2} : Biaya transportasi berpengaruh terhadap laba / rugi penjualan.
3. Hipotesis Ketiga
 H₀₁ : diverifikasi transfortasi tidak berpengaruh terhadap laba/rugi penjualan
 H_{a3} : Diverifikasi produk dan biaya transportasi berpengaruh terhadap laba / rugi penjualan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Tempat pelaksanaan penelitian adalah PT. Pos Indonesia Cabang Pangkalpinang. 2 Variabel yang diteliti

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)
Variabel Bebas (*Independent Variable*) merupakan variabel tidak terikat yang dapat menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (variabel terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Diversifikasi Produk (X1), dan Biaya Transportasi (X2).
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)
Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (*Independent Variable*). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laba / Rugi Penjualan (Y).
3. Teknik Pengumpulan Data
Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber datayang langsung memberikandata kepada pengumpul data dan sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data Metode Kuantitatif

Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk lebih menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh. Data-data kuantitatif dari hasil pengolahan dengan menggunakan regresi linier berganda.

Bentuk umum regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k + e$$

IV. PEMBAHASAN

Untuk melihat hasil pengaruh diversifikasi produk dan efisiensi biaya transportasi terhadap laba / rugi perusahaan dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1.
Persamaan Regresi Berganda Surat Kilat Khusus

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,576E-7	,209		5,182	,000
Penjualan	1,927	,138	,843	5,179	,001
Biaya Transportasi	1,826	,103	,196	6,319	,001

a. Dependent Variable: Laba Penjualan

Berdasarkan tabel koefisien diatas, maka nilai persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = -3,576E-7 + 1,927X_1 + 1,826X_2 (0,000) + (0,001) + (0,001)$$

Angka-angka yang terdapat di dalam kurung adalah besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi <a (0,05) berarti berpengaruh signifikan variabel Diversifikasi Produk yaitu Surat Kilat Khusus (X1) dan Biaya Transportasi (X2) nilainya adalah positif, artinya hubungan tersebut dengan Laba / Rugi Penjualan (Y) adalah searah.

TABEL 2
ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828 ^a	,686	,680	1,429

Sumber: Data sekunder diolah peneliti

Hasil r² = 68,6% yang berarti variabel diversifikasi produk yaitu surat kilat khusus sangat berperan dalam meningkatkan pengaruh terhadap penerimaan laba / rugi penjualan sebesar 68,6 % dan sisanya sebesar 31,4 % dikarenakan faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.
Persamaan Regresi Berganda Paket Pos Kilat Khusus

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,266E-7	,209		5,022	,000
Penjualan	2,036	,138	,843	5,108	,002
Biaya Transportasi	2,081	,103	,196	5,203	,001

a. Dependent Variable: Laba Penjualan

Berdasarkan tabel koefisien diatas, maka nilai persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 3,266E-7 + 2,036X_1 + 2,081X_2 (0,000) + (0,002) + (0,001)$$

Angka-angka yang terdapat di dalam kurung adalah besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi <a (0,05) berarti berpengaruh signifikan variabel Diversifikasi Produk yaitu Paket Pos Kilat Khusus (X1) dan Biaya Transportasi (X2) nilainya adalah positif, artinya hubungan tersebut dengan Laba / Rugi Penjualan (Y) adalah searah.

Tabel 4.
Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,614	,608	1,429

Sumber: Data sekunder diolah peneliti

$$Kd = (0,614) \times 100 \% = 61,4 \%$$

Hasil $r^2 = 61,4\%$ yang berarti variabel diversifikasi produk yaitu Paket Pos Kilat Khusus sangat berperan dalam meningkatkan pengaruh terhadap penerimaan laba / rugi penjualan sebesar 61,4 % dan sisanya sebesar 38,6 % dikarenakan faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5.
Persamaan Regresi Berganda
Paket Pos Biasa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,165E-7	,209		5,022	,000
Penjualan	1,959	,138	,843	5,005	,002
Biaya Transportasi	1,859	,103	,196	5,108	,001

a. Dependent Variable: Laba Penjualan

Berdasarkan tabel koefisien diatas, maka nilai persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 3,165E-7 + 1,959X_1 + 1,859X_2 (0,000) + (0,002) + (0,001)$$

Angka-angka yang terdapat di dalam kurung adalah besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi $< \alpha (0,05)$ berarti berpengaruh signifikan variabel Diversifikasi Produk yaitu Paket Pos Biasa (X_1) dan Biaya Transportasi (X_2) nilainya adalah positif, artinya hubungan tersebut dengan Laba / Rugi Penjualan (Y) adalah searah.

TABEL 6.
ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,636	,631	1,443

Sumber: Data sekunder diolah peneliti

$$Kd = (0,636) \times 100\% = 63,6\%$$

Hasil $r^2 = 63,6\%$ yang berarti variabel diversifikasi produk yaitu Paket Pos Kilat Khusus sangat berperan dalam meningkatkan pengaruh terhadap penerimaan laba / rugi penjualan sebesar 63,6 % dan sisanya sebesar 36,4 % dikarenakan faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 7.
Persamaan Regresi Berganda
Ekspress Dokumen Regional dan Nasional

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,105E-7	,209		5,022	,000
Penjualan	2,070	,124	,815	6,130	,000
Biaya Transportasi	2,417	,150	,110	5,191	,001

a. Dependent Variable: Laba Penjualan

Berdasarkan tabel koefisien di atas, maka nilai persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 3,105E-7 + 2,070X_1 + 2,417X_2 (0,000) + (0,000) + (0,001)$$

Angka-angka yang terdapat di dalam kurung adalah besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi $< \alpha (0,05)$ berarti berpengaruh signifikan variabel Diversifikasi Produk yaitu Ekspres Dokumen Regional dan Nasional (X_1) dan Biaya Transportasi (X_2) nilainya adalah positif, artinya hubungan tersebut dengan Laba / Rugi Penjualan (Y) adalah searah.

Berikut hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini:

TABEL 8
HASIL ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,808 ^a	,653	,605	1,526

Sumber: Data sekunder diolah peneliti

$$Kd = (0,653) \times 100\% = 65,3\%$$

Hasil $r^2 = 65,3\%$ yang berarti variabel diversifikasi produk yaitu Ekspres Dokumen Regional dan Nasional sangat berperan dalam meningkatkan pengaruh terhadap penerimaan laba / rugi penjualan sebesar 65,3 % dan sisanya sebesar 34,7 % dikarenakan faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

TABEL 9.
PERSAMAAN REGRESI BERGANDA
EKSPRES BARANG REGIONAL DAN
NASIONAL

Model	Unstand ardisize d Coeffi cients		Standard ized Coeffici ents	t	Sig.
	B	Std. Erro r	Beta		
1 (Constant)	4,084E-7	,218		5,001	,000
Penjualan	2,528	,102	,802	6,081	,000
Biaya Transport asi	2,271	,195	,101	5,026	,001

a. Dependent Variable: Laba Penjualan

Berdasarkan tabel koefisien diatas, maka nilai persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 4,084E-7 + 2,528X_1 + 2,271X_2 (0,000) + (0,000) + (0,001)$$

Angka-angka yang terdapat di dalam kurung adalah besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi <a (0,05) berarti berpengaruh signifikan variabel Diversifikasi Produk yaitu Ekspres Barang Regional dan Nasional (X1) dan Biaya Transportasi (X2) nilainya adalah positif, artinya hubungan tersebut dengan Laba / Rugi Penjualan (Y) adalah searah.

Berikut hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel10 berikut ini:

TABEL 10.
HASIL ANALISIS KOEFISIEN
DETERMINASI (R²)

Mod el	R	R Square	Adjuste d R Square	Std. Error of the Estimate
1	,821 a	,674	,631	1,495

Sumber: Data sekunder diolah peneliti

$$Kd = (0,674) \times 100 \% = 67,4 \%$$

Hasil $r^2 = 67,4 \%$ yang berarti variabel diversifikasi produk yaitu Ekspres Barang Regional dan Nasional sangat berperan dalam meningkatkan pengaruh terhadap penerimaan laba / rugi penjualan sebesar 67,4 % dan sisanya sebesar 32,6 % dikarenakan faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan masalah yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Diversifikasi Produk yakni Surat Kilat Khusus dan Biaya Transportasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan.
2. Diversifikasi Produk yakni Paket Pos Kilat Khusus dan Biaya Transportasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan.
3. Diversifikasi Produk yakni Paket Pos Biasa dan Biaya Transportasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan.
4. Diversifikasi Produk yakni Ekspres Dokumen Regional dan Nasional dan Biaya Transportasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan.
5. Diversifikasi Produk yakni Ekspres Barang Regional dan Nasional dan Biaya Transportasi secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan.

Saran

Adapun beberapa saran yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. PT.Pos Indonesia Cabang Pangkalpinang harus memberikan pelayanan yang cepat, akurat, aman dan nyaman yang sebaik-baiknya kepada konsumen. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah pendapatan serta mencegah konsumen berpindah ke produk kompetitor atau pesaing.
2. Melakukan promosi secara terus menerus melalui media cetak dan elektronik agar produk-produk unggulan dari PT.Pos Indonesia dapat dikenal oleh masyarakat.
3. Selalu bekerja sama dan saling membantu dalam menyelesaikan tugas. Hal ini dikarenakan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan hanya akan berhasil dicapai bila semua unit organisasi bekerja sama dan saling membantu satu dengan yang lainnya.
4. Meningkatkan keterampilan pegawai dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya.
5. Menghindari penyia-yiaan waktu kerja dalam artian para karyawan harus benar-benar memanfaatkan waktu bekerja sehingga produktivitas karyawan pun meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
2. Buchari Alma. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.Bandung : Penerbit Alfabeta.
3. Black Well, Roger D.James F. Engel, Paul W.M., 2013.,Perilaku Konsumen, The dryden Pres, Bina Aksara, Jakarta
4. Effendi Rizal. 2013.Accounting Principles''Prinsip- prinsip Akuntansi Berbasis SAK ETAP''. Edisi Revisi Jakarta : PT.

- Rajagrafindo Persada
5. Fahmi, Irham, 2011, *Analisa Laporan Keuangan*, Bandung: Alfabeta.
 6. Fahmi, Irham. 2012. *Analisis Laporan Keuangan. Cetakan Ke-2*. Bandung: Alfabeta
 7. Harahap, Sofyan Syafri. 2009. “Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan”. Jakarta:RajaGrafindo Persada
 8. Hery, 2013, “Akuntansi Keuangan Menengah”,CAPS (*Center Academic Publishing Service*),Yogyakarta
 9. Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009, *Standar Akuntansi Keuangan, PSAK No. 1 : Penyajian Laporan keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
 10. Ikatan Akuntan Indonesia. 2015.*Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*.Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia.
 11. Islahuzzaman. 2012. *Istilah-istilah Akuntansi & Auditing*. Edisi Kesatu.Bumi Aksara.Jakarta
 12. James M. Reeve, Carl S. Warren *et al*, 2009, *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat
 13. Khamidi, S., Fauzi, A., & Suyadi, I. 2010. Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir” Bangil–Pasuruan). *Jurnal Universitas BrawijayaMalang*. Malang
 14. Kotler,Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
 15. Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition.New Jersey: Pearson Prentice Hall
 16. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller,2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
 17. Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada