

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI  
TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA  
PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY Tbk**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**AGBERT ZEGA  
NIM. 18 402 00118**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI  
TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA  
PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY Tbk**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**AGBERT ZEGA  
NIM. 18 402 00118**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI  
TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA  
PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY Tbk**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**OLEH**

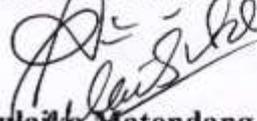
**AGBERT ZEGA  
NIM. 18 402 00118**

**PEMBIMBING I**



**Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M  
NIP. 19790720 201101 1 005**

**PEMBIMBING II**



**Zulaika Matondang, S. Pd., M.Si  
NIDN. 2017058302**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

Hal : Skripsi  
A.N. AGBERT ZEGA  
Lampiran : 3 (Tiga Eksampler)

Padangsidempuan, 29 Mei 2024  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam  
UIN Syahada Padangsidempuan  
di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

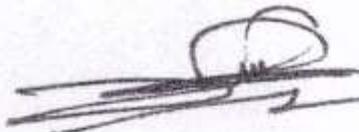
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n AGBERT ZEGA yang berjudul "**Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

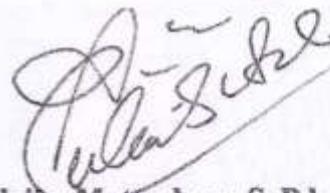
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**Pembimbing I**



Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M  
NIP. 197907202011011005

**Pembimbing II**



Zulaika Matondang, S. Pd., M.Si  
NIDN. 2017058302

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AGBERT ZEGA  
NIM : 18 402 00118  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha pada PT. Ultrajaya Milk Tbk.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 12 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 3 tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 29 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



**AGBERT ZEGA**

**NIM . 18 402 00118**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik UIN Syahada Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AGBERT ZEGA  
NIM : 18 402 00118  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syahada Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini UIN Syahada Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 29 Mei 2024

enyatakan,



**AGBERT ZEGA**

**NIM. 18 402 00118**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : Agbert Zega  
**NIM** : 1840200118  
**Fakultas/Program Studi** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap  
Laba Perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.

**Ketua**

Azwar Hamid, M.A.  
NIDN. 2111038601

**Sekretaris**

Zulaika Matondang, M.Si.  
NIDN. 2017058302

**Anggota**

Azwar Hamid, M.A.  
NIDN. 2111038601

Zulaika Matondang, M.Si.  
NIDN. 2017058302

Muhammad Wandiyah R Hutagalung, M.E.  
NIDN. 2027029303

M. Yarham, M.H.  
NIDN. 2009109202

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Kamis/27 Juni 2024  
**Pukul** : 14.00 WIB s/d Selesai  
**Hasil/Nilai** : Lulus/74,24 (B)  
**Indeks Predikat Kumulatif** : 3,55  
**Predikat** : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI  
TERHADAP LABA USAHA PADA PT. ULTRAJAYA MILK  
INDUSTY TBK**

**NAMA : AGBERT ZEGA  
NIM : 1840200118**

Telah dapat diterima untuk memenuhi  
syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 29 November 2024  
Dekan,



**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015**

## ABSTRAK

Nama : Agbert Zega  
Nim : 1840200118  
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Perusahaan pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah terjadinya trend menurun pada laba usaha walaupun angka pada labanya mengalami peningkatan yaitu tahun 2018 dan 2022. Rumusan masalah bagaimana pengaruh laba usaha jika ditinjau dari biaya produksi dan biaya promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menggambar dan menjawab apakah pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk dalam periode 2014-2022. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu yang berkaitan dengan laba usaha, faktor yang mempengaruhi laba, jenis-jenis laba, fungsi laba, penentuan laba. Biaya produksi, unsur-unsur biaya produksi, klasifikasi biaya, biaya promosi, tujuan promosi, target promosi, cara promosi dan beberapa dalil yang berkenaan dengan teori. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif, dengan sumber data sekunder 36 populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 36 sampel. Teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah uji deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis (yang terdiri dari uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji determinasi ( $R^2$ ), dan uji regresi linear berganda dengan bantuan *software spss* 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022 dan tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba usaha pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022. Sementara secara simultan terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022.

**Kata Kunci: Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba Usaha.**

## ABSTRACT

Name : Agbert Zega  
Reg. Number : 1840200118  
Thesis Title : The Influence of Production Costs and Promotion Costs on Business Profit at PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.

The problem in this study is that there is a downward trend in operating profit even though the numbers on the profit have increased, namely in 2018 and 2022. The formulation of the problem is how the effect of operating profit when viewed from production costs and promotional costs. This study aims to draw and answer whether the effect of production costs and promotional costs on operating profit at PT Ultrajaya Milk Industry Tbk in the 2014-2022 period. The theories used in this study are those related to business profit, factors affecting profit, types of profit, profit function, profit determination. Production costs, elements of production costs, cost classification, promotional costs, promotional objectives, promotional targets, promotional methods and several postulates related to theory. The type of research used is quantitative research, with secondary data sources 36 population. The sampling technique uses saturated samples with a total sample size of 36 samples. Data collection techniques in the form of literature study and documentation. The data analysis method used is descriptive test, normality test, classical assumption test, hypothesis testing (which consists of partial test (t test), simultaneous test (F test), and determination test ( $R^2$ ), and multiple linear regression test with the help of *spss 25 software*. The results showed that there was an effect of production costs on operating profit at PT Ultrajaya Milk Industry Tbk for the 2014-2022 period and there was no effect of promotional costs on operating profit at PT Ultrajaya Milk Industry Tbk for the 2014-2022 period. While simultaneously there is an influence of production costs and promotional costs on operating profit at PT Ultrajaya Milk Industry Tbk for the 2014-2022 period.

**Keywords: Production Cost, Promotion Cost, Business Profit.**

## ملخص البحث

الاسم : أغبرت زيجا  
التسجيل : ١٨٤٠٢٠٠١١٨  
ملخص البحث : تأثير تكاليف الإنتاج وتكاليف الترويج على الأرباح التشغيلية في شركة ألتراجايا لصناعة الألبان المحدودة المفتوحة.

وتكمن المشكلة في هذه الدراسة في وجود اتجاه تنازلي في الربح التشغيلي على الرغم من زيادة الأرقام الخاصة بالأرباح، وتحديدًا في عامي ٢٠١٨ و ٢٠٢٢. وتمثل صياغة المشكلة في كيفية تأثير الربح التشغيلي عند النظر إليه من تكاليف الإنتاج والتكاليف الترويجية. تهدف هذه الدراسة إلى استخلاص والإجابة على ما إذا كان تأثير تكاليف الإنتاج والتكاليف الترويجية على الأرباح التشغيلية في شركة بيرسيروان تيرياتا ألتراجايا لصناعة الحليب في الفترة ٢٠١٤-٢٠٢٢. النظريات المستخدمة في هذه الدراسة هي تلك المتعلقة بالربح التجاري، والعوامل التي تؤثر على الربح، وأنواع الربح، ووظيفة الربح، وتحديد الربح. تكاليف الإنتاج، وعناصر تكاليف الإنتاج، وتصنيف التكاليف، والتكاليف الترويجية، والأهداف الترويجية، والأهداف الترويجية، والأساليب الترويجية، والعديد من الفرضيات المتعلقة بالنظرية. نوع البحث المستخدم هو البحث الكمي، مع مصادر بيانات ثانوية ٣٦ من السكان. ويستخدم أسلوب أخذ العينات عينات مشبعة بحجم عينة إجمالي ٣٦ عينة. تقنيات جمع البيانات في شكل دراسة الأدبيات والتوثيق. أما طريقة تحليل البيانات المستخدمة فهي الاختبار الوصفي، واختبار المعيارية، واختبار الافتراضات الكلاسيكية، واختبار الفرضيات الكلاسيكية، واختبار الفرضيات (الذي يتكون من الاختبار الجزئي، والاختبار المتزامن، واختبار التحديد، واختبار الانحدار الخطي المتعدد بمساعدة برنامج حلول المنتجات والخدمات الإحصائية ٢٥. أظهرت النتائج أن هناك تأثير لتكاليف الإنتاج على الربح التشغيلي في شركة ألتراجايا المفتوحة لصناعة الألبان المحدودة للفترة ٢٠١٤-٢٠٢٢، ولم يكن هناك تأثير للتكاليف الترويجية على الربح التشغيلي في شركة ألتراجايا المفتوحة لصناعة الألبان المفتوحة للفترة ٢٠١٤-٢٠٢٢. بينما في الوقت نفسه هناك تأثير لتكاليف الإنتاج والتكاليف الترويجية على الربح التشغيلي في شركة ألتراجايا لصناعة الألبان المحدودة المسؤولة المفتوحة للفترة ٢٠١٤-٢٠٢٢.

الكلمات المفتاحية تكلفة الإنتاج، تكلفة الترويج، الربح التجاري.

## KATA PENGANTAR



*Assalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh*

*Alḥamdulillāh*, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Untaian *Salawāt* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insanmulia Nabi Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut di contoh dan diteladani, dan yang telah membawa ajaran Islam bagi seluruh penghuni alam.

Skripsi ini berjudul: **“PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA USAHA PADA PT ULTRAJAYA MILK INDUSTRY Tbk”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ihkwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus Dosen Pembimbing Akademik serta bapak/ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam seluruh civitas akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M. selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, S. Pd., M.Si. selaku Pembimbing II yang sudah menjadi bagian dalam penyelesaian skripsi ini dan telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Sokhiato Zega dan Ibunda tercinta Sutriana, Siti Hajar Nduru yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya,
8. Terimakasih juga peneliti ucapkan kepada saudara-saudari saya Erste Anjani Zega (kakak), Nayla, Ahmad, Gisel, Azis, dan Aiza (adik) yang telah memberikan motivasi, dukungan serta semangat selama peneliti menyelesaikan skripsi ini dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Terimakasih juga buat sahabat-sahabat seperjuangan di Ekonomi Syariah Akutansi Satu dan mahasiswa angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah berkenan berjuang bersama.

10. Terimakasih juga untuk rumah kedua Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) PSP-TAPSEL Terkhusus kepada ketua umum Zul Ardi Hasibuan. Terutama untuk sahabat-sahabat saya Siti Nuraisyah, Riski Rahmat Fauzi, dan Ilham Zega yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya Skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang takterhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Mei 2024  
Peneliti,

**AGBERT ZEGA**  
**NIM. 1840200118**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 0543b/U/1987 sebagai pedoman dalam pengalihan bahasa Arab ke dalam bahasa Latin.

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbailk di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau difotong.

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	Dommah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
.....ا.....	Fathah dan alif atau	ā	a dan garis di

	ya		atas
ی...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua yaitu :

1. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ل Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri

dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

	<b>HALAMAN</b>
<b>SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN PENYUSUNAN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PULIKASI</b>	
<b>DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH</b>	
<b>PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah .....	10
D. Defenisi Operasional Variabel.....	10
E. Rumusan Masalah .....	12
F. Tujuan Penelitian .....	12
G. Kegunaan Penelitian .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	14
1. Laba Usaha.....	14
a. Pengertian Laba Usaha.....	14
b. Jenis-jenis Laba .....	14
c. Faktor yang Mempengaruhi Laba .....	15
d. Laba dalam Ekonomi Islam .....	16
e. Unsur-unsur Dalam Laba .....	17
2. Biaya Produksi .....	19
a. Pengertian Biaya .....	19
b. Pengertian Produksi .....	19
c. Pengertian Biaya Produksi .....	20
d. Unsur-unsur Biaya Produksi .....	20
3. Biaya Promosi .....	21
a. Pengertian Biaya Promosi .....	21
b. Tujuan Promosi .....	22

c. Sarana Promosi.....	22
d. Jenis-jenis Promosi.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	26
1. Hubungan Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan.....	26
2. Hubungan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan.....	27
C. Kerangka Pikir.....	34
D. Hipotesis.....	35

### **BAB III Metode Penelitian**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel.....	36
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Teknik Analisis Data.....	39
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Uji Normalitas.....	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	40
a. Uji Multikolinieritas.....	40
b. Uji Autokorelasi.....	41
4. Uji Hipotesis.....	42
a. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	42
b. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	42
c. Uji Signifikan Simultan (uji F).....	43
5. Analisis Regresi Berganda.....	43

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
B. Deskripsi Data Penelitian.....	49
C. Hasil Analisis Data.....	54
1. Hasil Uji Deskriptif.....	54
2. Hasil Uji Normalitas.....	55
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Multikolinearitas.....	56
b. Uji Autokorelasi.....	57
4. Uji Hipotesis.....	58
a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	58
b. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	60
c. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
5. Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62

E. Keterbatasan Penelitian .....	66
----------------------------------	----

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	68
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	68
C. Saran .....	69

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Laba Usaha PT. Ultrajaya Milk .....	3
Tabel I. 2 Biaya Produksi dan Laba Usaha .....	4
Tabel I. 3 Biaya Promosi dan Laba Usaha.....	6
Tabel I. 4 Defenisi Operasional Variabel.....	11
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel IV. 1 Perkembangan Laba Usaha.....	50
Tabel IV. 2 Perkembangan Biaya Produksi .....	51
Tabel IV. 3 Perkembangan Biaya Promosi .....	53
Tabel IV. 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	54
Tabel IV. 5 Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel IV. 6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel IV. 7 Hasil Uji Autokorelasi .....	58
Tabel IV. 8 Hasil Uji Parsial .....	59
Tabel IV. 9 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	60
Tabel IV. 10 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	61
Tabel IV. 11 Hasil Output Regresi Linear Berganda.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1. Kerangka Pikir.....	35
Gambar IV. 1. Struktur Organisasi .....	49

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Umumnya tujuan utama memulai bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi. Hal ini tidak mengherankan, karena dengan keuntungan tersebut, perusahaan dapat bertahan dan mengembangkan usahanya. Tujuan untuk mencari keuntungan menuntut setiap perusahaan untuk dapat menerapkan strategi dan kebijakan tertentu agar dapat mempertahankan daya saing dan popularitasnya sementara berkembang pesat. Selain itu, keberhasilan suatu perusahaan seringkali dilihat dari tingkat keuntungan yang dihasilkan.<sup>1</sup>

Laba memegang peranan penting bagi sebuah perusahaan karena laba merupakan alat untuk mengukur keberhasilan dalam suatu usaha dan laba sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak pengusaha atau investor. Laba yang diperoleh perusahaan digunakan untuk berbagai kepentingan yaitu untuk dapat melunasi hutang perusahaan, untuk biaya operasional perusahaan serta untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan.<sup>2</sup> Laba yang berkualitas dapat menentukan bagaimana kinerja dari suatu perusahaan dan juga akan memengaruhi laba perusahaan tersebut dimasa yang akan datang.

Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Sedangkan laba bersih (*net income*) adalah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian dan merupakan

---

<sup>1</sup> Slamet Riyadi, *Akuntansi Manajemen* (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017), hlm. 149.

<sup>2</sup> Novita Djamalu, Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012, *Skripsi*, (Gorontalo, Universitas Negeri Gorontalo, 2013), hlm. 5-6.

kenaikan bersih terhadap modal. Agar diperoleh laba sesuai dengan yang dikehendaki, perusahaan perlu menyusun perencanaan laba yang baik. Hal tersebut ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memprediksi kondisi usaha pada masa yang akan datang yang penuh ketidakpastian.<sup>3</sup>

PT Ultrajaya Milk Industry Tbk merupakan salah satu pionir produsen susu di Indonesia, berdiri sejak Tahun 1971. Dapat dikatakan bahwa PT Ultrajaya Milk Industry Tbk unggul diantara produsen susu segar dan minuman ringan alami untuk konsumen Indonesia dengan sejumlah merek yang berbeda. Ultra Milk untuk produk susu segar, Teh Kotak untuk minuman teh segar, dan Sari Kacang Ijo, Sari Asem untuk minuman sehat. Hingga saat ini, merek unggulan Ultra Milk masih unggul disegmen susu cair, begitu pula dengan Teh Kotak yang unggul dalam varian minuman siap saji yang dikemas dalam kotak karton.<sup>4</sup> Ultra Milk sebagai produk susu unggulannya telah dijamin kesegaran bahan baku serta semua nutrisi yang terkandung didalamnya yang diproses dengan teknologi *Ultra High Temperature* (UHT) dan digabungkan dengan teknologi pengemasan antiseptik. Sehingga keamanan dan kualitas produk sudah terjamin melalui proses yang sangat ketat. Laba dianut oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih pengukuran pendapatan dan biaya. Besar kecilnya laba sebagai pengukur kenaikan aktiva sangat tergantung pada ketetapan pengukuran pendapatan dan biaya. Selisih penghasilan yang diterima perusahaan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan hasil tersebut, merupakan pendapatan bersih perusahaan, atau yang lebih dikenal dengan istilah

---

<sup>3</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 174-175.

<sup>4</sup> <http://www.ultrajaya.co.id>, diakses, 15 Maret 2024 pukul 13.00 WIB.

rugi atau laba perusahaan. Dikatakan laba, jika penghasilan melebihi atau lebih besar dari biaya-biaya, sedangkan dalam keadaan sebaliknya disebut rugi. Laba bersih berasal dari transaksi-transaksi pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Transaksi-transaksi ini diikhtisarkan dalam laporan laba rugi.<sup>5</sup>

**Tabel I.1 Laba Usaha PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk Tahun 2014-2022  
(Disajikan dalam Jutaan Rupiah)**

No	Tahun	Laba Usaha(Rp)
1	2014	374.126
2	2015	692.865
3	2016	888.986
4	2017	959.334
5	2018	892.565
6	2019	1.264.394
7	2020	1.364.261
8	2021	1.627.958
9	2022	1.302.854

Sumber: www.idx.co.id (data diolah 2022)

Dari tabel di atas, dapat kita lihat bahwa laba yang diperoleh PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk pada tahun 2014-2015 mengalami peningkatan yaitu sebesar 85%. Pada tahun 2015-2016 laba mengalami peningkatan sebesar 28%. Pada tahun 2016-2017 laba mengalami peningkatan sebesar 7%. Namun pada tahun 2017-2018 laba mengalami penurunan sebesar 6%. Sedangkan pada tahun 2018-2019 laba mengalami peningkatan yaitu sebesar 41%, pada tahun 2019-2020 laba mengalami peningkatan sebesar 7%, pada tahun 2020-2021 laba mengalami peningkatan sebesar 19%, , pada tahun 2021-2022 laba mengalami penurunan sebesar 19%. Penjelasan di atas permasalahannya yaitu laba mengalami trend menurun walaupun angka pada labanya mengalami peningkatan.

---

<sup>5</sup> Irene Natalia, Kualitas Laba yang Dihasilkan Oleh Pengadopsian International Financial Reporting Standards, *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, Volume 2, No. 1, Januari 2010, hlm. 88.

Semua perusahaan baik itu perusahaan besar ataupun kecil selalu berusaha meningkatkan laba yang diperolehnya. Adanya laba yang maksimal maka perusahaan memiliki dana untuk pengembangan aktivitas perusahaan dan pada akhirnya akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi laba perusahaan, biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

Faktor lain yang mendukung laba usaha adalah biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka mengubah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual.<sup>6</sup>

**Tabel I.2 Biaya Produksi dan Laba Usaha PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk Tahun 2014-2022 (Disajikan dalam Jutaan Rupiah)**

No	Tahun	Biaya Produksi (Rp)	Laba Usaha (Rp)
1	2014	2,971.800	374.126
2	2015	3.089.524	692.865
3	2016	3.081.688	888.986
4	2017	3.086.431	959.334
5	2018	3.456.813	892.565
6	2019	3.972.002	1.264.394
7	2020	3.709.779	1.364.261
8	2021	4.260.448	1.627.958
9	2022	5.421.705	1.302.854

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya produksi dan laba usaha mengalami penurunan dan peningkatan disetiap tahunnya. Pada tahun 2015 biaya produksi mengalami peningkatan sebesar 3% dan laba usaha juga mengalami peningkatan sebesar 85% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2016 biaya produksi mengalami penurunan sebesar 0,2% tetapi laba usaha mengalami peningkatan sebesar 28%. Pada tahun 2017 biaya produksi mengalami

---

<sup>6</sup> Ade Elina dan Susi Handayani, Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan, *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, Volume 18, No. 02, 24 Juli 2021, hlm. 25.

peningkatan sebesar 0,1% dan laba usaha juga mengalami peningkatan sebesar 7%. Pada tahun 2018 biaya produksi mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 12% tetapi laba usaha mengalami penurunan sebesar 6%. Pada tahun 2019 biaya produksi kembali mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 14% dan laba usaha juga mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 41%. Kemudian pada tahun 2020 biaya produksi kembali mengalami penurunan sebesar 6% tetapi laba usaha mengalami peningkatan sebesar 7%. Pada tahun 2021 biaya produksi mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 14% dan laba usaha juga mengalami peningkatan sebesar 19%. Selanjutnya pada tahun 2022 biaya produksi mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 0,27%, tetapi laba usaha mengalami penurunan sebesar 19%.

Biaya produksi merupakan suatu sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran, nilai keluaran diharapkan lebih besar daripada masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba atau sisa hasil usaha.<sup>7</sup> Berdasarkan teori tersebut, menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba usaha. Dimana untuk memperoleh laba usaha, setiap perusahaan harus meningkatkan nilai keluarannya lebih besar daripada nilai masukan yang dikorbankan, sehingga diperoleh laba yang maksimum. Pada tahun 2016 biaya produksi mengalami penurunan tetapi laba usaha mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 biaya produksi mengalami peningkatan tetapi laba usaha mengalami penurunan. Pada tahun 2020 biaya produksi mengalami penurunan tetapi laba

---

<sup>7</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), hlm. 11.

usaha mengalami peningkatan. Pada tahun 2022 biaya produksi mengalami peningkatan tetapi laba usaha mengalami penurunan. Maka hal tersebut tidak sesuai dengan teori.

Faktor pendukung laba usaha selanjutnya adalah biaya promosi. Biaya promosi merupakan biaya pengeluaran anggaran promosi untuk memperoleh laba atas produk yang telah dihasilkan perusahaan.<sup>8</sup> Biaya promosi salah satu pemasaran perusahaan yang bertujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal secara luas oleh pihak konsumen<sup>9</sup>.

**Tabel I.3 Biaya Promosi dan Laba Usaha PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk Tahun 2015-2021 (Disajikan dalam Jutaan Rupiah)**

No	Tahun	Biaya Promosi (Rp)	Laba Usaha (Rp)
1	2014	209.633	374.126
2	2015	267.182	692.865
3	2016	288.384	888.986
4	2017	329.957	959.334
5	2018	452.819	892.565
6	2019	455.752	1.264.394
7	2020	335.229	1.364.261
8	2021	305.908	1.627.958
9	2022	464.091	1.302.854

Sumber: www.idx.co.id (data diolah 2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya produksi dan laba usaha mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Dimana pada tahun 2015 biaya promosi mengalami peningkatan sebesar 27% dan laba perusahaan juga mengalami peningkatan sebesar 85%. Pada tahun 2016 biaya promosi kembali mengalami peningkatan sebesar 7% dan laba usaha juga mengalami peningkatan

<sup>8</sup> Elina dan Handayani, Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan, hlm. 25.

<sup>9</sup> Budi Gautama Siregar, Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol 04, No. 1, Juni 2018, hlm. 9.

sebesar 28%. Pada tahun 2017 biaya promosi mengalami peningkatan sebesar 14% dan laba usaha juga mengalami peningkatan sebesar 7%. Pada tahun 2018 biaya promosi kembali mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 37% tetapi laba usaha mengalami penurunan sebesar 6%. Pada tahun 2019 biaya promosi kembali mengalami peningkatan sebesar 0,6% dan laba usaha mengalami peningkatan sebesar 41%. Kemudian pada tahun 2020 biaya promosi mengalami penurunan yang signifikan sebesar 26% tetapi laba usaha mengalami peningkatan sebesar 7%. Pada tahun 2021 biaya promosi mengalami penurunan sebesar 8% tetapi laba usaha kembali mengalami peningkatan sebesar 19%. Selanjutnya pada tahun 2022 biaya promosi mengalami peningkatan sebesar 51%, tetapi laba usaha mengalami penurunan sebesar 19%.

Tanpa biaya promosi produk kurang mendapatkan perhatian dari konsumen atau bahkan konsumen tidak mengetahui sama sekali mengenai produk tersebut.<sup>10</sup> Hal ini dapat diperkuat oleh pernyataan Alma dalam skripsi Maulidina Rahmanita yang berjudul Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel *Intervening* yang menyatakan bahwa apabila dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat, dan dengan adanya peningkatan penjualan, laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat. Besarnya biaya promosi dalam kegiatan perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan gerak konsumen dan

---

<sup>10</sup> Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Teori Ekonomi Mikro & Makro* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 365.

perkembangan pasar konsumen.<sup>11</sup> Pada tahun 2018 biaya promosi mengalami peningkatan tetapi laba usaha mengalami penurunan. Selanjutnya pada tahun 2020-2021 biaya promosi mengalami penurunan yang berkelanjutan tetapi laba usaha mengalami peningkatan yang berkelanjutan juga. Kemudian pada tahun 2022 biaya promosi mengalami peningkatan tetapi laba usaha mengalami penurunan, maka hal tersebut tidak sesuai dengan teori.

Beberapa penelitian yang meneliti tentang pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan juga telah dilakukan, namun terdapat perbedaan hasil dari penelitian tersebut. I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wirajaya Sanjaya menemukan bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan.<sup>12</sup> Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Endang Susilawati menemukan “bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih”.<sup>13</sup> Penelitian Ade Elina dan Suci Handayani menemukan bahwa “biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan”.<sup>14</sup> selanjutnya penelitian Nurul Juwariyah dan Rosyati menemukan bahwa “biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha”.<sup>15</sup> Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

---

<sup>11</sup> Maulidina Rahmanita, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Intervening, *Skripsi*, (Surakarta, IAIN Surakarta, 2017), hlm. 7.

<sup>12</sup> I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wirya Sanjaya, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 19, No. 1, 2 Maret 2020, hlm. 7.

<sup>13</sup> Endang Susilawati, “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017),” 2011, hlm. 38.

<sup>14</sup> Elina dan Handayani, Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan, hlm. 38.

<sup>15</sup> Nurul Juwariyah dan Rosyati, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019, *dalam Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, Vol 4, No. 1, 2021, hlm. 62.

Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati menemukan bahwa “biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba perusahaan”.<sup>16</sup> Kemudian dalam penelitian Made Juni Widnyana dkk, menemukan bahwa “biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan”.<sup>17</sup>

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin biaya produksi meningkat maka laba usaha akan meningkat juga. Sebaliknya semakin menurun biaya produksi maka laba usaha semakin menurun. Semakin meningkat biaya untuk kegiatan pemasaran maka penjualan meningkat, dan dengan adanya peningkatan penjualan, laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, karena peningkatan biaya akan memengaruhi laba usaha.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, menunjukkan hasil yang tidak konsisten dan berbeda-beda. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan tujuan untuk mengembangkan kajian dan penelitian sebelumnya. Adapun judul yang diangkat dalam penelitian ini ialah **”Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan pada PT. Ultramilk Jaya Industry Tbk”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut:

---

<sup>16</sup> Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati, Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan pada PD Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014, *dalam Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, Vol 5, No. 9, 2016, hlm. 78.

<sup>17</sup> Made Juni Widnyana dkk, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012, *dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiskha*, Vol 4, No. 1, 2014, hlm. 8 .

1. Terjadinya Perubahan Laba PT Ultrajaya Milk Industry Tbk dan mengalami fluktuasi dari tahun 2014-2022.
2. Kenaikan biaya produksi tidak disertai dengan kenaikan laba usaha.
3. Kenaikan biaya promosi tidak disertai dengan kenaikan laba usaha.
4. Terjadinya penurunan biaya produksi dan biaya promosi pada tahun 2020 tetapi tidak diikuti dengan penurunan laba usaha.
5. Adanya penyimpangan atau ketidaksesuaian antara teori dengan kenyataan dalam menentukan laba usaha pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.
6. Tidak ada kekonsistenan dari hasil penelitian sebelumnya.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka peneliti membatasi penelitiannya hanya berkaitan dengan Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2014-2022.

### **D. Definisi Operasional Variabel**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk” untuk menghindari kekeliruan pandangan terhadap pengertian yang sebenarnya dari judul proposal ini maka peneliti menjelaskan beberapa kata dalam judul proposal ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel I.4 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Laba (Y)	Laba merupakan elemen yang menjadi perhatian pemakai laporan keuangan <sup>18</sup> . Maka Laba yang dimaksud adalah Laba yang terdapat pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2014-2022.	1. Biaya 2. Harga Jual 3. Volume Penjualan dan produksi. <sup>19</sup>	Rasio
Biaya Produksi (X1)	Biaya produksi adalah pengeluaran-pengeluaran yang tidak dapat dihindarkan, tetapi dapat diperkirakan dalam menghasilkan sesuatu barang <sup>20</sup> Maka biaya produksi yang dimaksud adalah biaya produksi yang terdapat pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2014-2022.	1. Biaya bahan mentah langsung atau bahan baku 2. Biaya tenaga kerja langsung 3. Biaya Overhead pabrik. <sup>21</sup>	Rasio
Biaya Promosi (X2)	Biaya Promosi adalah cara perusahaan untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada calon konsumen, serta membujuk dan menarik minat konsumen atau pun calon konsumen agar memudahkan	1. Biaya periklanan 2. Biaya promosi penjualan 3. Biaya pubisitas 4. Biaya personal selling <sup>23</sup>	Rasio

<sup>18</sup> Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati, Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan pada PD Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014, hlm. 68.

<sup>19</sup> Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 365.

<sup>20</sup> Juang Teguh Pribadi, Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Implikasinya Terhadap Peningkatan Laba Bersih Tahun 2005-2014, *dalam Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Komputer*, Bandung Tahun 2015, hlm. 20.

<sup>21</sup> Asep Mulyana, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015, *dalam Jurnal Manajemen Indonesia*, Volume 17, No. 3, Desember 2017, hlm. 189.

	konsumen untuk membeli produk. <sup>22</sup> Maka biaya promosi yang dimaksud adalah biaya promosi yang terdapat pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2014-2022.		
--	--	--	--

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022?
3. Apakah biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022?

### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022.

---

<sup>23</sup> Masta Sembiring dan Siti Aisyah Siregar, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih, *dalam Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, Volume 2, No. 3 Tahun 2018, hlm. 136.

<sup>22</sup> Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati, Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan pada PD Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014, hlm. 71.

2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022.

### **G. Kegunaan Penelitian**

Adapun yang menjadi kegunaan penelitian ini adalah:

#### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan, pengalaman, wawasan, memberikan pelatihan kemampuan peneliti yang diharapkan dapat memberikan informasi atas data-data yang digunakan dengan menerapkan teori yang telah diperoleh selama masa studi. Dan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

#### 2. Bagi UIN SYAHADA Padangsidempuan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah perbendaharaan perpustakaan UIN SYAHADA, memberikan informasi dan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya, serta membantu para mahasiswa dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

#### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai biaya promosi dan biaya produksi serta laba perusahaan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Laba Usaha

###### a. Pengertian Laba Usaha

Pengertian laba menurut Zaki Baridwan, laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.<sup>24</sup>

Laba rugi merupakan hasil perhitungan secara periodik atau berkala berdasarkan teori diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa laba yang diperoleh perusahaan memberi gambaran bagi perusahaan dalam menilai keberhasilan penjualan, dimana semakin besar jumlah laba yang didapatkan perusahaan semakin baik.

###### b. Jenis-jenis Laba

###### 1) Laba Bersih

Laba bersih adalah angka terakhir dari laporan laba rugi (*net profit*). Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Sebaliknya, apabila perusahaan menderita rugi, angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah rugi bersih (*net loss*). Laba bersih merupakan

---

<sup>24</sup> Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting* (Yogyakarta: BPFE, 2017), hlm. 29.

laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam satu periode tertentu, termasuk pajak.<sup>25</sup>

## 2) Laba Bruto

Laba bruto adalah selisih antara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Laba bruto disebut juga laba kotor. Laba kotor disebut juga laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali diperoleh oleh perusahaan.<sup>26</sup>

## 3) Laba Ditahan

Laba ditahan adalah jumlah akumulasi laba bersih dari sebuah perseroan terbatas dikurangi distribusi laba (*income distribution*) yang dilakukan.<sup>27</sup>

### c. Faktor yang Memengaruhi Laba

Laba usaha ini memberikan peran utama dalam melakukan kegiatan bisnis, karena menunjukkan keberhasilan perusahaan, keberhasilan tingkat pembelian, produksi, dan penjualan. Ada beberapa faktor utama yang mampu mempengaruhi laba usaha seperti, perubahan tingkat penjualan, perubahan harga pokok penjualan dan perubahan biaya-biaya usaha.<sup>28</sup> Biaya usaha disini termasuk fokus pada judul penelitian yang dimana biaya ini terdapat biaya produksi dan biaya promosi.

---

<sup>25</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), hlm. 303.

<sup>26</sup> Kasmir, hlm. 303.

<sup>27</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 640.

<sup>28</sup> Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 161.

### 1) Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

### 2) Harga jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

### 3) Volume Penjualan dan Produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

## d. Laba Dalam Ekonomi Islam

Allah SWT telah menetapkan aturan-aturan dalam menjalankan kehidupan ekonomi. Allah SWT telah menetapkan batasan-batasan tertentu terhadap perilaku manusia menguntungkan satu individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, perilaku mereka yang ditetapkan dalam hukum Allah harus diawasi oleh masyarakat secara keseluruhan aturan Islam melalui aturan sosial, politik, agama, moral dan hukum yang mengikuti masyarakat. Berlakunya aturan-aturan ini membentuk lingkungan dimana para individu melakukan kegiatan ekonomi mereka, salah satunya dalam kegiatan usaha untuk memperoleh laba ataupun keuntungan.

Rasulullah SAW selalu menganjurkan ummatnya dalam menjalani kehidupan untuk bekerja keras. Kerja merupakan cara mencari penghidupan



#### 1) Pendapatan

Pendapatan adalah penambahan, pertumbuhan, atau penurunan aset perusahaan selama periode yang dihasilkan dari kegiatan operasional, contoh ini yaitu, penjualan produk (kredit), yang merupakan unit bisnis dan perusahaan.

#### 2) Beban

Beban adalah operasi operasional mencakup setiap pengeluaran, pemanfaatan aset, atau perubahan kewajiban dalam periode akuntansi tertentu.

#### 3) Biaya

Biaya adalah uang (atau ekuivalennya) yang diberikan untuk ditukar dengan produk atau jasa dengan harap bermanfaat bagi organisasi untuk kedepannya.

#### 4) Untung-rugi

Keuntungan adalah transaksi yang berdampak pada perusahaan dalam periode tertentu, kecuali dihasilkan dari pendapatan investasi pemilik, akan meningkatkan ekuitas atau aset bersih perusahaan.

#### 5) Penghasilan

Penghasilan ialah akhir hasil dari pengurangan kerugian dan biaya periode tersebut dari laba dan pendapatannya.

## 2. Biaya Produksi

### a. Pengertian Biaya

Biaya adalah semua biaya yang dikeluarkan dan dapat dikurangkan pada penghasilan. Menurut FASB (*Financial Accounting Standards Boards*) biaya sebagai arus keluar aktiva, penggunaan aktiva, atau munculnya kewajiban atau kombinasi keduanya selama satu periode yang disebabkan oleh penerimaan barang, pembuatan barang, pembebanan jasa atau pelaksanaan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan.<sup>31</sup> Dapat disimpulkan bahwasanya biaya ialah pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat.

### b. Pengertian Produksi

Secara umum produksi di artikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi hasil keluaran (*output*), dalam pengertian ini cukup luas, sehingga mencakup keluaran (*output*) yang berupa barang atau jasa.<sup>32</sup>

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menambah nilai suatu objek atau membuat objek baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah kegunaan suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuk yang disebut produksi barang.

---

<sup>31</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi, Ed Revisi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 420.

<sup>32</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi, Ed Revisi*, hlm. 17.

### c. Pengertian Biaya Produksi

Menurut Suherman Rosyidi, biaya produksi adalah “biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output”.<sup>33</sup>

Menurut Sadono Sukirno, biaya produksi adalah “semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh factor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut”.<sup>34</sup>

Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu: Biaya Eksplisit dan Biaya Tersembunyi (*imputed cost*). Biaya Eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Sedangkan Biaya Tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap factor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

### d. Unsur-unsur Biaya Produksi

Melakukan proses produksi, perusahaan membutuhkan biaya produksi yang terdiri dari :

#### 1) Biaya Bahan Baku

Untuk memperoleh bahan baku yang akan diperoleh menjadi produk jadi, perusahaan membeli bahan baku. Bahan baku (*materials*) menunjukkan bahan dasar dan komponennya yang akan diolah dalam proses pabrikasi. Bahan baku adalah unsur-unsur yang belum diolah yang

---

<sup>33</sup> Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, hlm .365.

<sup>34</sup> Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 208.

digunakan dalam proses pabrikasi. Untuk itu dalam hal ini, biaya bahan baku adalah pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh bahan baku.

## 2) Tenaga Kerja Langsung

Pekerjaan karyawan-karyawan yang dapat secara fisik dan mudah ditelusuri dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi disebut tenaga kerja langsung (*indirect labor*). Untuk menentukan biaya tenaga kerja langsung, perusahaan biasanya mengalihkan jumlah jam kerja langsung dengan tarif gaji per jam kerja.

## 3) Biaya *Overhead* Pabrik

Secara umum overhead mengacu kepada semua biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa selain yang digolongkan sebagai biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Overhead pabrik terdiri atas biaya-biaya yang secara tidak langsung berkaitan dengan pengolahan produk jadi. Biaya overhead pabrik meliputi bahan baku penolong (*indirect materials*), tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*) penyusutan serta biaya pabrikasi tidak langsung.<sup>35</sup>

## 3. Biaya Promosi

### a. Pengertian Biaya Promosi

Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang

---

<sup>35</sup> Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hlm .531.

ditawarkan. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi suatu produk.<sup>36</sup>

Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya. Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen.<sup>37</sup>

#### b. Tujuan Promosi

- 1) Karena ingin meningkatkan penjualan.
- 2) Karena ada banyak hal mengenai perusahaan yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar.
- 3) Karena ingin memperkenalkan segi kelebihan perusahaan atau produk terhadap saingan.
- 4) Agar dikenal perusahaan sebagai perusahaan yang baik.

#### c. Sarana Promosi

Ada beberapa cara atau sarana yang dapat ditempuh untuk mempromosikan produk kepada konsumen yaitu :

##### 1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, harga produk,

---

<sup>36</sup> M. Fuad, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 130.

<sup>37</sup> Ika Putri Oktaviani, Pengaruh Biaya Promosi dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT Media Presindo, *Skripsi*, (Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), hlm. 12-13.

serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing.

Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi konsumen lama serta calon konsumen agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat.<sup>38</sup>

## 2) Promosi Penjualan

Selain promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah konsumen. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampai produk.

Menggunakan alat tersebut akan memberikan tiga manfaat bagi promosi penjualan, yaitu :

- a) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian konsumen untuk membeli.
- b) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada konsumen segera membeli produk yang ditawarkan.
- c) Invitasi, mengharapkan konsumen segera merealisasikan pembelian produk perusahaan.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 174-175.

<sup>39</sup> M. Nur Rianto Al Arif, hlm. 179-181.

### 3) *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Kegiatan promosi selanjutnya adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Secara khusus kegiatan *personal selling* dapat diwakili oleh *account offer* atau *financial advisor*. Namun *personal selling* juga dapat dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga wiraniaga (*salesman* atau *salesgirl*) untuk melakukan penjualan *door to door*.

### 4) Publisitas

Sarana promosi yang terakhir adalah publisitas, dimana kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pemesanan, pembukuan, atau promosi di pusat perbelanjaan, *sponsorship* kegiatan, program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal.<sup>40</sup>

#### d. Jenis-jenis Promosi

Promosi penjualan yang bertujuan untuk merangsang atau mendorong pelanggan untuk membeli disebut promosi pelanggan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan brand terhadap produk,<sup>41</sup> ada beberapa jenis promosi yang bisa dilakukan, berikut jenis promosi yang dimaksud:

##### 1) Promosi Fisik

Bentuk promosi penjualan yang pertama adalah promosi fisik.

Promosi ini biasanya dilakukan langsung dilakukan langsung kepada konsumen ketika berpapasan di jalan, atau menyusuri kawasan

---

<sup>40</sup> M. Nur Rianto Al Arif, hlm. 183.

<sup>41</sup> Rahmat Hidayat dkk, *Manajemen Pemasaran* (Sumatera Barat: CV Azka Pustaka, 2023), hlm. 195.

pemukiman dan mengunjungi setiap rumah satu persatu dan menawarkan produk secara langsung. Meski merupakan cara lama, namun contoh promosi penjualan ini masih sering dilakukan dan dinilai masih efektif.

## 2) Promosi Media Tradisional

Contoh dari promosi penjualan atau bentuk promosinya sendiri adalah promosi tradisional, dalam bahasa asing kita mengenalnya dengan istilah pemasaran tradisional. Media tradisional yang dimaksud adalah televisi, radio, dan media cetak. Penggunaan cara ini secara efektif dapat menjangkau masyarakat luas, karena media tradisional merupakan media yang dimiliki oleh banyak orang.

## 3) Promosi Melalui Media Digital

Jenis promosi terakhir yang paling canggih yaitu melalui media digital. Bentuk promosi penjualan melalui media digital sangat beragam, bisa menggunakan teks, visual, atau audio. Saat ini juga banyak berkembang media digital yang digunakan sebagai media promosi.

Cara ini merupakan cara yang efektif untuk menarik konsumen muda yang melek digital. Namun yang perlu anda perhatikan adalah membuat materi promosi penjualan. Sebagai produsen, kita harus membuat materi promosi se kreatif mungkin agar dapat menarik perhatian konsumen muda yang cenderung lebih bervariasi.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Rahmat Hidayat dkk, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 196.

## B. Penelitian Terdahulu

### 1. Hubungan Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan

Biaya produksi meliputi pengeluaran atas biaya untuk mendapatkan bahan baku dan mengolah bahan bakunya disertai dengan tenaga kerja maupun biaya *overhead* untuk menghasilkan suatu produk yang siap untuk dibeli konsumen. Biaya produksi sebaiknya digunakan dengan efektif agar pengorbanan biaya untuk produksi menghasilkan produk yang dapat memuaskan konsumen.<sup>43</sup>

Pada umumnya suatu perusahaan memiliki target atau tujuan yang ingin dicapai. Salah satu tujuan tersebut adalah untuk mendapatkan laba yang tinggi dengan meminimalkan biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi, suatu perusahaan memproduksi barang dengan kualitas baik, harga relatif murah dibandingkan pesaing, dan tersebar ke berbagai tempat.<sup>44</sup>

Penelitian Ade Elina dan Suci Handayani menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan.<sup>45</sup> Artinya Semakin tinggi biaya produksi maka semakin tinggi pula laba usaha. Peneliti I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wirajaya Sanjaya menunjukkan bahwa “biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan”.<sup>46</sup> Namun dalam penelitian Endang Susilawati menunjukkan bahwa biaya produksi tidak

---

<sup>43</sup> Elina dan Handayani, Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan, hlm. 24.

<sup>44</sup> Putu Rustami dkk, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis, *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganeshha Jurusan Manajemen*, Vol. 2, Tahun 2014, hlm. 2.

<sup>45</sup> Elina dan Handayani, Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan, hlm. 29.

<sup>46</sup> I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wiry Sanjaya, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017, hlm. 6.

berpengaruh terhadap laba bersih.<sup>47</sup> Artinya semakin tinggi biaya produksi maka laba usaha menurun.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu tentang pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha, maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba usaha.

## 2. Hubungan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan

Promosi merupakan salah satu strategi perusahaan yang perlu dan harus dilakukan agar produk dan jasa yang dikeluarkan diterima oleh konsumen sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan dengan adanya promosi maka publik mengetahui informasi manfaat produk yang dikeluarkan perusahaan dan tujuan untuk mencapai target penjualan serta profit lebih besar maka perlu strategi-strategi yang dirumuskan oleh tim perusahaan yaitu bagian promosi untuk melakukan gebrakan serta teknik-teknik yang menarik perhatian konsumen dengan menggunakan media yang sesuai kebutuhan produk yang telah ditentukan oleh tim marketing atau promosi perusahaan.<sup>48</sup>

Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Beberapa perusahaan memakai alat promosi yang berbeda satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan promosi seperti apa yang cocok bagi perusahaan tersebut. Dengan menggunakan beberapa alat promosi, maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pun akan terdiri dari

---

<sup>47</sup> Endang Susilawati, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Studi Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017, hlm. 37.

<sup>48</sup> Asep Mulyana, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015, hlm. 187.

beberapa macam alat promosi, sehingga total biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan saat perusahaan melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran dan iklan di media elektronik.<sup>49</sup>

Dalam penelitian Nurul Juwariyah dan Rosyati menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha.<sup>50</sup> Artinya semakin tinggi biaya promosi maka semakin tinggi pula laba usaha. Peneliti Made Juni Widnyana dkk, menemukan bahwa “biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan”.<sup>51</sup> Namun dalam penelitian Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba perusahaan.<sup>52</sup> Artinya semakin tinggi biaya promosi maka laba usaha semakin menurun.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu tentang pengaruh biaya promosi terhadap laba usaha, maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha.

Peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang telah lebih dahulu dilakukan orang lain sebelum peneliti ini dapat dilihat sebagai berikut:

---

<sup>49</sup> Putu Rustami dkk, Pengaruh Biaya Produksi Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis, hlm. 4. .

<sup>50</sup> Nurul Juwariyah dan Rosyati, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019, hlm. 62.

<sup>51</sup> Made Juni Widnyana dkk, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012, hlm. 9.

<sup>52</sup> Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati, Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan pada PD Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014, hlm. 78.

**Tabel II.1 Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Cut Ana Rohani (Jurnal Nusantara Hasanah, Vol. 1, No. 4, September 2021).	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih pada CV. NJ Food Industries.	Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada CV. NJ Food Industries.
2.	Bakti Toni Endaryono (Jurnal Religion Education Social Laa Roiba, Vol. 3, No. 1, Tahun 2021).	Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan Terhadap Laba Perusahaan: Studi Kasus pada PT Granitoguna BC.	Variabel biaya pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba perusahaan dan secara parsial berpengaruh positif dan elastis terhadap laba perusahaan. Variabel omzet penjualan secara simultan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba perusahaan dan secara parsial berpengaruh positif dan elastis terhadap laba perusahaan.
3.	Nurul Juwariyah dan Rosyati (Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan, Vol. 4, No. 1, Mei 2021).	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang di Mediasi Oleh Volume Penjualan (Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019).	Variabel biaya promosi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap laba bersih ( $Y$ ). Variabel biaya produksi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap laba bersih.
4.	Lasca Radella, Akhmad Saebani dan Agus Maulana (Jurnal Korelasi, Vol. 2, Tahun 2021).	Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih.	Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih, biaya kualitas berpengaruh negatif terhadap perubahan laba bersih, serta pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap perubahan laba bersih.
5.	Ade Elina dan Susi Handayani (Jurnal Penelitian Pendidikan dan	Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi dan Pertumbuhan	Ada pengaruh beban promosi, biaya produksi dan pertumbuhan penjualan terhadap laba perusahaan.

	Ekonomi, Vol. 18, Issue. 02, Juli 2021).	Penjualan Terhadap Laba Perusahaan.	Artinya semakin besar beban promosi perusahaan, besar kecilnya biaya produksi dan semakin besar pertumbuhan penjualan perusahaan berdampak pada semakin tingginya laba yang diperoleh perusahaan.
6.	I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wira Sanjaya (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 19, No. 1, Maret 2020).	Pengaruh Biaya Produksi dan Volume Penjualan terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017.	Variabel biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Maka dengan meningkatnya biaya produksi dengan marginal tambahan biaya lebih kecil dibandingkan marginal tambahan volume maka laba akan meningkat pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017.
7.	Endang Susilawati (MANNERS, Vol. 2, No. 1, Maret 2019).	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi perusahaan rokok PT. Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017).	Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan hasil penelitian ini menunjukkan biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba.
8.	Irpan Januarsah (Jurnal Akuntansi, Vol. 5, No. 1, Juni 2019).	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Secara keseluruhan nilai biaya produksi mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat pada PT PP London Sumatera Indonesia Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017, secara keseluruhan nilai biaya pemasaran mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat pada PT PP London Sumatera Indonesia Tbk yang terdaftar di Bursa

			Efek Indonesia periode 2011-2017.
9.	Asep Mulyana (Jurnal Manajemen Indonesia, Vol. 17, No. 3, Desember 2017).	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha SAMSUNG Co Tahun 2009-2015.	Dari hasil output SPSS tersebut dapat dilihat bahwa variabel yang diteliti (Biaya Produksi dan Biaya Promosi) memberikan pengaruh terhadap laba usaha sebesar 85.8, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel yang tidak diteliti.
10.	Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati (Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Vol. 5, Edisi. 9, Oktober 2016).	Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014.	Terdapat pengaruh biaya tenaga kerja langsung terhadap laba bersih, tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih, biaya tenaga kerja langsung dan biaya promosi keduanya berpengaruh terhadap laba bersih.
11.	Made Juni Widnyana, I Made Nuridja, dan I Ketut Dunia (Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiskha, Vol. 4, No. 1, Tahun 2014).	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012.	Biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan, biaya distribusi berpengaruh positif terhadap laba, biaya promosi dan biaya distribusi secara simultan berpengaruh terhadap laba.
12.	Putu Rustami, I Ketut Kirya dan Wawan Cipta (e-Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen, Vol. 2, Tahun 2014).	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biaya produksi ( $X_1$ ), Biaya promosi ( $X_2$ ) dan Volume Penjualan ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Laba ( $Y$ ) pada perusahaan kopi bubuk Banyuatis Singaraja Tahun 2010-2013.

Berdasarkan penelitian terdahulu pada tabel di atas, peneliti menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Cut Ana Rohani yaitu sama-sama membahas biaya produksi dan biaya promosi pada variabel independent. Perbedaannya pada tempat penelitian, Cut Ana Rohani meneliti di CV. NJ Food Industries, sedangkan penelitian ini di PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.
- b. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Bukti Toni Endaryono yaitu sama-sama membahas laba perusahaan pada variabel dependennya, sedangkan perbedaannya pada variabel independent. Penelitian Bukti Toni Endaryono membahas tentang pengaruh biaya pemasaran dan omzet penjualan sedangkan penelitian ini meneliti biaya produksi dan biaya promosi.
- c. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nurul Juwariyah dan Rosyati yaitu sama-sama membahas biaya produksi dan biaya promosi pada variabel independent dan laba usaha pada variabel dependent sedangkan perbedaannya pada tempat penelitian, Nurul Juwariyah dan Rosyati meneliti di PT. Unilever Indonesia Tbk, sedangkan penelitian ini di PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.
- d. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Lasca Radella dkk adalah sama-sama membahas tentang biaya promosi, sedangkan perbedaannya pada

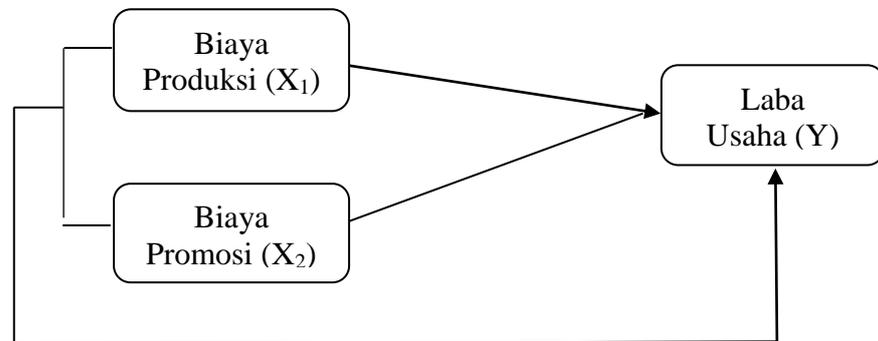
- variabel lainnya. Penelitian Lasca Radella dkk meneliti biaya kualitas dan pertumbuhan penjualan, sedangkan penelitian ini membahas biaya produksi.
- e. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ade Elina dan Susi Handayani adalah sama-sama membahas biaya promosi dan biaya produksi. Perbedaannya pada variabel lainnya, penelitian Ade Elina dan Susi Handayani membahas biaya promosi, produksi dan pertumbuhan penjualan sedangkan penelitian ini hanya membahas tentang biaya promosi dan biaya produksi.
  - f. Persamaan penelitian ini dengan penelitian I Made Ariyuda dan I Ketut Puja Wira Sanjaya yaitu sama-sama membahas biaya produksi sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel lainnya. Dalam penelitian I Made Ariyuda, dkk membahas volume penjualan sedangkan penelitian ini membahas tentang biaya promosi.
  - g. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Endang Susilawati yaitu sama-sama membahas biaya produksi dan biaya promosi. Perbedaannya di tempat penelitian, penelitian Endang Susilawati meneliti di PT. Gudang Garam Tbk sedangkan penelitian ini di PT. Ultrajaya Milk Indusry Tbk.
  - h. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Irpan Januarsah yaitu sama-sama meneliti tentang biaya produksi, sedangkan perbedaannya pada tempat penelitian. Penelitian Irpan Januarsah meneliti pada PT. London Sumatera Indonesia Tbk sedangkan penelitian ini di PT. Ultrajaya Milk Indusry Tbk.
  - i. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Asep Mulyana yaitu sama-sama membahas biaya produksi dan biaya promosi pada variabel independent dan

laba usaha pada variabel dependent. Perbedaannya di tempat penelitian, penelitian Asep Mulyana meneliti di Perusahaan Samsung Co sedangkan penelitian ini di PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.

- j. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati sama-sama membahas biaya promosi. Perbedaannya pada variabel lainnya, penelitian Taopik Firmansyah dan Eris Dasarwati meneliti biaya tenaga kerja langsung sedangkan penelitian ini membahas tentang biaya produksi.
- k. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Made Juni Widnyana, dkk yaitu sama-sama membahas biaya promosi. Perbedaannya di variabel lainnya, penelitian Made Juni Widnyana, dkk meneliti biaya distribusi sedangkan penelitian ini membahas tentang biaya produksi .
- l. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Putu Rustami, dkk yaitu sama-sama membahas biaya produksi dan biaya promosi pada variabel independent. Perbedaannya pada variabel lainnya, penelitian Putu Rustami, dkk meneliti biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan sedangkan penelitian ini hanya membahas hanya membahas tentang biaya produksi dan biaya promosi.

### **C. Kerangka Pikir**

Kerangka adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. berdasarkan tinjauan pustaka maka dapat digambarkan kerangka pikir sebagai berikut:

**Gambar II.1 Kerangka Pikir**

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari masalah yang masih harus dibuktikan kebenarannya. Dengan kata lain, hipotesis yaitu jawaban sementara dari masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Hipotesis yang teruji ialah apabila hasil dari penelitian tidak bertentangan dengan hipotesis itu sendiri. dalam penelitian kuantitatif terdapat hipotesis klausul yang berarti hipotesis yang terdiri dari satu variabel, dua variabel atau lebih.<sup>53</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada PT.

Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022.

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan pada PT.

Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022.

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022.

---

<sup>53</sup> Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 56.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini lokasi yang diteliti oleh peneliti dilakukan di PT Ultrajaya Milk Industry Tbk. Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) juga terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), yang dipublikasikan melalui situs resmi [www.idnfinancials.com](http://www.idnfinancials.com) PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk beralamat di Jalan Raya Cimamere No. 131, Padalarang Gadobangkong, Ngamprah, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40552. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Agustus 2023 sampai Mei 2024.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif data sekunder. Pengertian kuantitatif adalah jenis penelitian yang memiliki spesifikasi yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian.<sup>54</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder (*Secondary data*) yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, hewan, benda, dan gejala-gejala, nilai tes atau peristiwa-peristiwa

---

<sup>54</sup> Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm.. 17.

sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu didalam suatu penelitian.<sup>55</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan yaitu seluruh data biaya produksi, biaya promosi dan laba dari perusahaan PT Ultrajaya Milk Industry Tbk dimulai dari Tahun 2014-2022 yaitu selama 9 Tahun yang dihitung per triwulan dimana satu Tahun ada 4 triwulan, sehingga jumlah populasi yang diperoleh yaitu sebanyak 36.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>56</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh adalah sampel yang mewakili jumlah populasinya. Adapun sampel dalam penelitian ini merupakan seluruh populasi, yaitu laporan keuangan triwulan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk selama kurun waktu 9 tahun dari tahun 2014-2022 yaitu sebanyak 36 triwulan atau 36 sampel.

## D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.<sup>57</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi. Teknik ini adalah cara mengumpulkan data

---

<sup>55</sup> Murni Daulay, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Medan: USU Press, 2010), hlm. 69.

<sup>56</sup> Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm. 50.

<sup>57</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghaila Indonesia, 2011), hlm. 174.

melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.<sup>58</sup>

### 1. Studi Kepustakaan

Peneliti mengumpulkan informasi tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, terutama dengan membaca literatur atau buku-buku di perpustakaan.<sup>59</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jurnal, skripsi dan buku-buku yang berkaitan dengan landasan teori.

### 2. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui teknik dokumentasi tidak kalah penting dari metode-metode lainnya. Teknik dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.<sup>60</sup> Data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui laporan keuangan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2014-2022 diperoleh melalui situs resmi PT. Ultrajaya milk Tbk.

Laporan keuangan yang diperlukan dalam penelitian ini didasarkan pada variabel yang ada pada penelitian ini yaitu :

---

<sup>58</sup> Murni Daulay, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, hlm. 61.

<sup>59</sup> Asep Saepul Hamdi dan E. Baharuddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan* (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hlm. 49-50.

<sup>60</sup> Siregar dan Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, hlm. 112.

a. Laba Perusahaan

Menurut Soemarso, “laba usaha (*income from operation*) selisih antara laba bruto dan biaya usaha”.<sup>61</sup>

$$\text{Laba operasi} = \text{pendapatan operasi total} - \text{harga pokok penjualan}$$

b. Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah jumlah dari biaya bahan baku ditambah biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.<sup>62</sup>

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik.}$$

c. Biaya Promosi

Menurut Deavy Yulitasary biaya promosi merupakan aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.<sup>63</sup>

$$\text{Biaya Promosi} = \text{Biaya Periklanan} + \text{Biaya Promosi Penjualan.}$$

## E. Teknik Analisis Data

Menganalisis data merupakan kaidah penelitian yang harus dilakukan oleh semua peneliti, karena penelitian tanpa analisis hanya menghasilkan data mentah

<sup>61</sup> Nurul Juwariyah dan Rosyati, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019, hlm. 58.

<sup>62</sup> Nurul Juwariyah dan Rosyati, hlm. 62.

<sup>63</sup> Deavy Yulitasary, Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), hlm. 10..

yang tidak ada artinya. Dengan bantuan analisis, data dapat diolah dan ditarik kesimpulan, akhirnya kesimpulan tersebut menjadi cikal bakal pengetahuan baru yang merupakan pengembangan dari ilmu-ilmu sebelumnya.<sup>64</sup>

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikannya pada saat dikumpulkan, bukan menarik kesimpulan umum atau generalisasi.<sup>65</sup> Jadi menurut peneliti analisis deskriptif adalah menggambarkan dari informasi suatu peristiwa yang ada.

### 2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji data penelitian apakah variabel terikat atau variabel bebas berdistribusi normal atau tidak. Jika data terdistribusi normal, uji statistik parametrik dapat digunakan. Sedangkan jika data tidak dapat berdistribusi normal maka akan digunakan uji statistik non parametrik.<sup>66</sup> Untuk menguji normalitas pada penelitian ini akan dilakukan melalui uji *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) dengan menggunakan taraf signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen,

---

<sup>64</sup> Albi Anggito, dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), hlm. 145.

<sup>65</sup> Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, hlm. 17.

<sup>66</sup> Zulaika Matondang dan Hamni Fadilah Nasution, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 25.

jika terjadi korelasi terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dengan model regresi.<sup>67</sup>

Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF), untuk mengetahui nilai VIF sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF  $5 < 5$  maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 2) Jika nilai VIF  $5 > 5$  maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.<sup>68</sup>

Jika terjadi multikolinearitas sempurna, maka koefisien regresi tidak dapat ditentukan dan saimpangan bakunya menjadi tak terhingga.

#### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual satu observasi dengan observasi lainnya dalam model angka regresi. Uji autokorelasi dapat dilihat melalui tabel *Durbin-Watson* yang dapat dilakukan melalui program SPSS, adapun bentuk secara umumnya adalah:

- 1)  $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya tidak terjadi autokorelasi.

---

<sup>67</sup> Zulaika Matondang dan Hamni Fadilah Nasution , hlm. 17.

<sup>68</sup> Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 30.

3)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$  artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.<sup>69</sup>

#### 4. Uji hipotesis

##### a. Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) memiliki dampak terhadap variabel dependen ( $Y$ ). besarnya koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi mendekati satu, maka sebaliknya. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* bukan *R Square* dari regresi dikenakan *R Square* bisa terhadap jumlah variabel dependen yang dimasukkan kedalam model. Sedangkan *Adjusted R Square* dapat naik turun jika suatu variabel independen ditambahkan kedalam model.<sup>70</sup>

##### b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Dalam aplikasinya, uji parsial biasa digunakan dengan beberapa tingkat kepercayaan yaitu  $\alpha = 5\%$  dan  $\alpha = 10\%$ . Penelitian tingkat kepercayaan yang digunakan yaitu  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.

---

<sup>69</sup> Duwi Priyanto, hlm. 106.

<sup>70</sup> Rahayu, *Dampak Piutang Bagi Bank Desa* (Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia, 2014), hlm. 148.

Adapun pengambilan keputusan yaitu:<sup>71</sup>

- 1) Jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- 2) Jika signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

c. Uji Signifikan Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh gabungan dari variabel bebas terhadap variabel terikat dari persamaan regresi. Pada tingkat signifikan 0,05.

- 1) Jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- 2) Jika signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis korelasi dan analisis regresi berganda ini adalah analisis tentang hubungan antara satu dependen variabel dengan dua atau lebih independen. Mode regresi berganda yang paling sederhana adalah regresi tiga variabel, yaitu terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat dengan model sebagai berikut: <sup>72</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots\dots\dots (1)$$

Dari persamaan diatas, maka diperoleh rumus baru pada penelitian ini yaitu:

$$LU = a + b_1 \text{ BPD} + b_2 \text{ BPM} + e \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

LU = Laba Usaha

a = Konstanta

---

<sup>71</sup> I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hlm. 101.

<sup>72</sup> Muhammad Firdaus, *Ekonometrika* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 160-161.

$b_1b_2$  = Koefisien Variabel Independen

BPD = Biaya Produksi

BPM = Biaya Promosi

$e$  = *Error*

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk**

Bermula dari usaha keluarga yang dirintis sejak tahun 1960an oleh Bapak Prawirawidjaja (alm), PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk (Perseroan) dari tahun ke tahun terus berkembang, dan saat ini telah menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka dibidang industri makanan dan minuman di Indonesia. Pada periode awal pendirian, perseroan hanya memproduksi produk susu yang pengolahannya dilakukan secara sederhana. Pada pertengahan tahun 1970an Perseroan mulai memperkenalkan teknologi pengolahan secara UHT (*Ultra High Temperature*) dan teknologi pengemasan dengan kemasan karton aseptik (*Aseptic Packaging Material*).

Pada tahun 1975 Perseroan mulai memproduksi secara komersial produk minuman susu cair UHT dengan merk dagang “Ultra Milk”. Pada tahun 1978 memproduksi sari buah UHT dengan merk dagang “Buavita”. Dan pada tahun 1981 memproduksi minuman teh UHT dengan merk dagang “Teh Kotak”. Sampai saat ini Perseroan telah memproduksi lebih dari 60 macam jenis produk minuman UHT dan terus berusaha untuk senantiasa memenuhi kebutuhan dan selera konsumennya.

Pada tahun 1981 Perseroan menandatangani perjanjian lisensi dengan Kraft General Food Ltd, USA, untuk memproduksi dan memasarkan produk-produk keju dengan merk dagang “Kraft”. Pada tahun 1994 kerjasama ini

ditingkatkan dengan mendirikan perusahaan patungan PT. Kraft Ultrajaya Indonesia, yang 30% sahamnya dimiliki oleh Perseroan. Perseroan juga ditunjuk sebagai exclusive distributor untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh PT. Kraft Ultrajaya Indonesia. Sejak tahun 2002 “untuk bisa berkonsentrasi dalam memasarkan produk sendiri” Perseroan tidak lagi bertindak sebagai distributor dari PT. Kraft Ultrajaya Indonesia.

Pada bulan juli 1990 Perseroan melakukan penawaran perdana saham-sahamnya kepada masyarakat (*Initial Public Offering* atau IPO). Pada tahun 1994 Perseroan melakukan ekspansi usaha dengan memasuki bidang industri susu kental manis (*Sweetened Condensed Milk*), dan tahun 1995 mulai memproduksi susu bubuk (*Powder Milk*). Sejak tahun 2000 perseroan melakukan kerjasama produksi (*toll packing*) dengan PT Shanghiang Perkasa yang menerima lisensi dari Morinaga Milk Industry Co. Ltd, untuk memproduksi dan mengemas produk-produk susu bubuk bayi.

Pada tahun 2008 Perseroan telah menjual merk dagang “Buavita” dan “Go-Go” kepada PT. Unilever Indonesia dan mengadakan perjanjian produksi (*Manufacturing Agreement*) untuk memproduksi dan mengemas minuman UHT dengan merk dagang Buavita dan Go-Go. Perseroan telah tiga kali melakukan penawaran umum dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) atau *Right Issue*, yaitu pada tahun 1994, tahun 1999, dan tahun 2004. Perseroan juga telah dua kali melakukan pemecahan nilai nominal saham (*stock split*) yaitu pada tahun 2000 dengan rasio 1:5 dan tahun 2017 dengan rasio 1:4.

## **2. Visi dan Misi Perusahaan**

### **a. Visi Perusahaan**

Adapun Visi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk adalah menjadi perusahaan industri makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia, dengan senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen, serta menjunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan.

### **b. Misi Perusahaan**

Adapun Misi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk yaitu menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar atau konsumen, dan kepekaan serta kepedulian untuk senantiasa memperhatikan lingkungan, yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggung-jawaban kepada para pengembangan saham.

## **3. Struktur Organisasi Perusahaan**

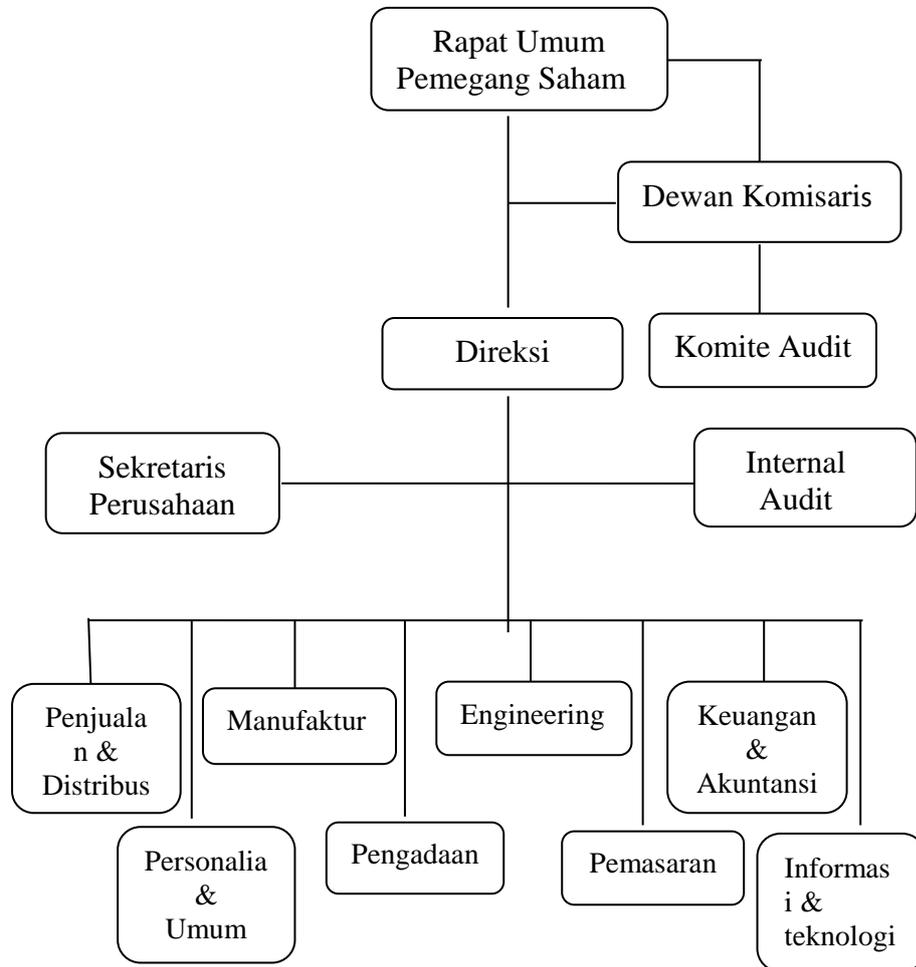
Struktur organisasi adalah sistem formal tentang hubungan tugas dan wewenang yang mengendalikan bagaimana tiap individu bekerjasama dan mengelola segala sumber daya yang ada untuk mewujudkan tujuan organisasi. Tujuan prinsip dari struktur organisasi adalah sebagai alat control, untuk mengendalikan koordinasi dan motivasi kerja tiap individu dalam usaha mencapai tujuan organisasi.

Faktor-faktor utama yang menentukan perancangan struktur organisasi adalah:

- a. Strategi organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi akan dapat menjelaskan bagian aliran wewenang dan saluran komunikasi dapat disusun di antara manajer dan bawahan. Apabila strategi berubah, maka struktur organisasi ikut berubah.
- b. Teknologi yang digunakan. Perbedaan teknologi yang digunakan untuk memproduksi barang atau jasa akan membuat struktur organisasi yang berbeda juga.
- c. Anggota dan orang-orang yang terlibat di dalam organisasi.
- d. Ukuran organisasi.

Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang optimal dengan menggunakan segala sumberdaya atau resources yang tersedia dalam perusahaan, maka dalam hal ini perusahaan diperlukan Struktur Organisasi. Adapun susunan struktur organisasi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk, sebagai berikut:

**Gambar IV. 1 Struktur Organisasi**



## B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dikumpulkan dari laporan keuangan publikasi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk yang diakses dari website resmi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk [www.idnfinancials.com](http://www.idnfinancials.com). Data yang diakses peneliti yaitu laporan keuangan triwulan dari PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk yang akan digunakan untuk melihat nilai Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Laba Usaha, data penelitian sebagai berikut:

## 1. Laba Usaha

Laba adalah perubahan dalam ekuitas (*net asset*) dari suatu entity selama satu periode tertentu yang diakibatkan oleh transaksi dan kejadian atau peristiwa yang berasal dari bukan pemilik. Maka laba usaha PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2014-2022 sebagai berikut:

**Tabel IV. 1 Perkembangan Laba Usaha Periode 2014-2022 (Dalam Juta Rupiah)**

Tahun	Triwulan			
	I	II	III	IV
2014	110.488	158.301	271.806	374.126
2015	192.145	293.227	504.430	692.865
2016	205.763	681.948	509.026	888.986
2017	300.613	457.398	814.491	959.334
2018	222.823	440.136	752.503	892.565
2019	368.578	622.670	993.738	1.264.394
2020	565.762	719.109	1.123.334	1.364.261
2021	533.800	866.163	1.259.442	1.627.958
2022	406.121	798.480	1.129.860	1.302.854

Sumber: Laporan Keuangan PT. Ultrajaya Milk Industri Tbk

Tabel IV.1 menjelaskan pada laba Tahun 2014 Triwulan 2 naik sebesar 43%, Triwulan 3 naik sebesar 71% dan, Triwulan 4 naik sebesar 37%. Tahun 2015 laba Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 52%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 72%, Triwulan 4 mengalami kenaikan kembali 37%. Tahun 2016 laba PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 231%, Triwulan 3 mengalami penurunan 25%, Triwulan 4 naik sebesar 0,74%.

Tahun 2017 laba Triwulan 2 naik sebesar 52%, Triwulan 3 naik sebesar 78%, Triwulan 4 naik sebesar 17%. Tahun 2018 laba Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 97%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 70%, Triwulan

4 kembali mengalami kenaikan sebesar 18%. Tahun 2019 laba PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 68%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 59%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 27%.

Tahun 2020 laba, Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 27%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 56%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 21% menjadi. Tahun 2021 laba Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 62%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 65%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 29%. Tahun 2022 laba PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 96%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 41%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 15%.

## 2. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Maka biaya produksi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2014-2022 sebagai berikut:

**Tabel IV. 2 Perkembangan Biaya Produksi Periode 2014-2022  
(Dalam Juta Rupiah)**

Tahun	Triwulan			
	I	II	III	IV
2014	728.912	1.493.949	2.215.983	2.971.800
2015	762.977	1.564.483	2.331.586	3.089.524
2016	736.705	1.506.104	2.263.537	3.081.688
2017	739.151	1.461.124	2.251.284	3.086.431
2018	823.814	1.674.974	2.565.083	3.456.813
2019	952.808	1.926.848	2.946.750	3.972.002
2020	1.033.133	1.909.118	2.820.492	3.709.688
2021	1.035.361	2.023.296	3.101.996	4.260.448
2022	1.194.300	2.505.258	3.938.603	5.421.705

Sumber: Laporan Keuangan PT. Ultrajaya Milk Industri Tbk

Tabel IV.2 menjelaskan pada biaya produksi Tahun 2014 Triwulan 2 naik sebesar 4%, Triwulan 3 naik sebesar 48%, Triwulan 4 naik sebesar 34%. Tahun 2015 biaya produksi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 105%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 49%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 32%. Tahun 2016 biaya produksi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 104%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 50%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 36%.

Tahun 2017 biaya produksi PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Triwulan 2 naik sebesar 97%, Triwulan 3 naik sebesar 54%, Triwulan 4 naik sebesar 37%. Tahun 2018 biaya produksi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 103%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 53%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 34%. Tahun 2019 biaya produksi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 102%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 52%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 34%.

Tahun 2020 biaya produksi PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Triwulan 2 naik sebesar 84%, Triwulan 3 naik sebesar 47%, Triwulan 4 naik sebesar 31%. Tahun 2021 biaya produksi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 95%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 53%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 37%. Tahun 2022 biaya produksi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 109%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 57%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 32%.

### 3. Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen. Maka biaya promosi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2014-2022 sebagai berikut:

**Tabel IV. 3 Perkembangan Biaya Promosi Periode 2014-2022 (Dalam Juta Rupiah)**

Tahun	Triwulan			
	I	II	III	IV
2014	21.083	84.814	141.714	209.633
2015	47.997	174.347	198.188	267.182
2016	42.902	169.913	177.003	288.384
2017	45.945	174.300	191.648	329.957
2018	76.630	196.499	302.246	452.819
2019	40.287	181.738	286.533	455.752
2020	90.622	151.447	231.231	335.229
2021	39.557	78.523	137.671	305.908
2022	67.361	138.739	224.678	464.091

Sumber: Laporan Keuangan PT. Ultrajaya Milk Industri Tbk

Tabel IV.2 menjelaskan pada biaya promosi Triwulan 2 naik sebesar 302%, Triwulan 3 naik sebesar 67%, Triwulan 4 naik sebesar 47%. Tahun 2015 biaya promosi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 263%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 13%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 34%. Tahun 2016 biaya promosi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 296%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 4%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 0,62%.

Tahun 2017 biaya produksi PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Triwulan 2 naik sebesar 279%, Triwulan 3 naik sebesar 9%, Triwulan 4 naik sebesar 72%. Tahun 2018 Triwulan 1 biaya promosi sebesar Rp. 76.630, Triwulan 2 naik sebesar 156% menjadi Rp. 196.499, Triwulan 3 naik sebesar 53% menjadi Rp.

302.246, Triwulan 4 naik sebesar 49% menjadi Rp. 452.819. Tahun 2019 biaya promosi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar 351%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 57%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 59%.

Tahun 2020 biaya produksi PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Triwulan 2 naik sebesar 67%, Triwulan 3 naik sebesar 52%, Triwulan 4 naik sebesar 44%. Tahun 2021 biaya promosi T2 mengalami kenaikan sebesar 98%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 75%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 122%. Tahun 2022 biaya promosi Triwulan 2 mengalami kenaikan sebesar Rp.105%, Triwulan 3 mengalami kenaikan sebesar 61%, Triwulan 4 mengalami kenaikan sebesar 106%.

## C. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV. 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Laba usaha	36	110488	1627958	688325,97	392014,202
Biaya Produksi	36	728912	5421705	2262872,42	1166227,848
Biaya Promosi	36	21083	464091	189720,11	121513,714
Valid N (listwise)	36				

Sumber Data : Output SPSS 25

Berdasarkan output tabel IV. 4 di atas melalui tabel *Descriptive Statistic*, dapat diketahui bahwa variabel biaya produksi dengan jumlah (N) sebanyak 33 data. Nilai minimum biaya produksi sebesar 728.912 dan nilai maksimum sebesar 5.421.705. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar biaya produksi dari PT Ultrajaya Milk Industry Tbk yang menjadi sampel dalam penelitian ini berkisar antara nilai 728.912 sampai 5.421.705 dengan nilai rata-

rata (*mean*) sebesar 2.262.872,42 pada standar deviasi 1.166.227,848. Nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu  $2.262.872,42 > 1.166.227,848$  berarti sebaran nilai biaya produksi baik.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel biaya promosi dengan jumlah (N) sebanyak 33 data. Nilai minimum biaya promosi sebesar 21.083 dan nilai maksimum sebesar 464.091. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar biaya promosi dari PT Ultrajaya Milk Industry Tbk yang menjadi sampel dalam penelitian ini berkisar antara nilai 21.083 sampai 464.091 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 189.720,11 pada standar deviasi 121.513,714. Nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu  $189.720,11 > 121.513,714$  berarti sebaran nilai biaya promosi baik.

Berdasarkan tabel di atas hasil dari perhitungan statistik deskriptif tersebut tampak bahwa variabel laba usaha dengan jumlah (N) sebanyak 33 data. Nilai minimum laba usaha sebesar 110.488 dan nilai maksimum sebesar 1.627.958. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar laba usaha dari PT Ultrajaya Milk Industry Tbk yang menjadi sampel dalam penelitian ini berkisar antara nilai 110.488 sampai 1.627.958 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 688.325,97 pada standar deviasi 392.014,202. Nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu  $688.325,97 > 392.014,202$  berarti sebaran nilai laba usaha baik.

## **2. Uji Normalitas**

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi dari setiap variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi

normal, atau untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas suatu menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal. Untuk membuktikan hasil uji normalitas selain menggunakan *P-P Plot*, ada juga yang menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, hasil outputnya adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 5 Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test***

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	207707,82059426
Most Extreme Differences	Absolute	,128
	Positive	,058
	Negative	-,128
Test Statistic		,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,144 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber Data : Output SPSS 25

Berdasarkan output tabel IV. 5 di atas melalui tabel uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Asymp. Sig (2 Tailed). Jika  $> 0,05$  maka data tersebut dinyatakan terdistribusi normal dan begitupun sebaliknya jika  $< 0,05$  maka data tersebut tidak terdistribusi normal. Dari hasil output di atas, menunjukkan bahwa besarnya nilai Asymp. Sig (2 Tailed) sebesar 0,144. Oleh karena itu  $> 0,05$  maka, dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa data terdistribusi normal.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dengan model regresi.

Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi ini adalah tidak adanya multikolinearitas. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil output adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 6 Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	38580,281	79307,24		,486	,630		
Biaya Produksi	,319	,064	1,025	5,021	,000	,238	4,203
Biaya Promosi	-,382	,610	-,118	-,626	,536	,238	4,203

a. Dependent Variable: Laba usaha

Sumber Data : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil output tabel IV. 6 di atas melalui tabel Coefficients, dapat diketahui bahwa uji multikolinearitas dapat dilihat nilai Tolerance dan nilai VIF. Jika nilai Tolerance  $> 5$  maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji begitupun sebaliknya. Sedangkan jika nilai VIF  $< 5$  maka tidak terjadi multikolinearitas, begitupun sebaliknya.

Berdasarkan hasil output di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing nilai VIF dari variabel biaya produksi ( $X_1$ ) sebesar  $4,203 < 5$  dan biaya promosi ( $X_2$ ) sebesar  $4,203 < 5$ . Maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini dikatakan tidak terdapat multikolinearitas.

#### **b. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan lain pada model regresi:

**Tabel IV. 7 Hasl Uji Autokorelasi Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,848 <sup>a</sup>	,719	,702	213909,416	1,735

a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi , Biaya Promosi  
b. Dependent Variable: Laba usaha

Sumber Data : Output SPSS 25

Berdasarkan output tabel IV. 8 di atas melalui tabel Model Summary, menunjukkan hasil pengolahan data diperoleh nilai statistic Durbin-Watson (DW) sebesar 1,735. Nilai DU dan DL dapat diperoleh dari tabel statistic Durbin-Watson (DW) dengan  $n=36$   $k=2$  dapat dinilai  $DL=1,3537$  dan  $DU=1,5872$ . Karena nilai Durbin-Watson (DW)=1,735 dimana DW lebih besar dari DU dan lebih kecil dari (4rdu) yaitu  $1,5872 < 1,735 < 2,428$  dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi baik negatif maupun positif diperoleh hasil sebesar 2,428 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel tergangungnya. Apakah variabel tersebut terdapat pengaruh yang berarti terhadap variabel tergangungnya atau tidak. Nilai  $t_{hitung}$  digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergangung atau tidak. Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai  $t_{hitung}$  variabel tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ .

- 1) Jika signifikan  $> 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.
- 2) Jika signifikan  $< 0, 05$  maka  $H_1$  diterima

**Tabel IV. 8 Hasil Uji Parsial (Uji t) Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3858,2811	79307,244		,486	,630
	Biaya Produksi	,319	,064	,949	5,021	,000
	Biaya Promosi	-,382	,610	-,118	-,626	,536

a. Dependent Variable: Laba usaha

Sumber Data : Output SPSS 25

Untuk interpretasi hasil pengujian uji t pada tabel diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk

Berdasarkan hasil uji t di atas nilai sig. sebesar 0,00 sehingga nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ( $0.00 < 0,05$ ). Jadi, dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti biaya produksi berpengaruh secara parsial terhadap laba usaha pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.

- 2) Pengaruh biaya promoai terhadap Indeks laba usaha PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk

Berdasarkan hasil uji t di atas nilai sig. sebesar 0.536 sehingga nilai sig. lebih besar 0,05 ( $0.536 > 0,05$ ). Jadi, dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang berarti biaya promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba usaha pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.

### b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Dalam uji F ini, melihat nilai signifikansi  $< 0,05\%$  maka  $H_0$  ditolak. Begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi  $> 0,05\%$  maka  $H_a$  diterima. Dalam penelitian ini diperoleh hasil output sebagai berikut:

**Tabel IV. 9 Hasil Uji Simultan (Uji F) ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3868640864826,396	2	1934320432413,198	42,274	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1509988855760,576	33	45757238053,351		
	Total	5378629720586,972	35			

a. Dependent Variable: Laba usaha  
b. Predictors: (Constant), Biaya Produksi , Biaya Promosi

*Sumber Data : Output SPSS 25*

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat dari nilai sig yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Hal ini berarti bahwa secara simultan biaya produksi dan biaya promosi memiliki pengaruh terhadap laba usaha pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk periode tahun 2014-2022.

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

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel dependen terhadap variabel independen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya tidak dimasukkan ke dalam model. Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik.

**Tabel IV. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*) Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,848 <sup>a</sup>	,719	,702	213909,416	1,735
a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi , Biaya Promosi					
b. Dependent Variable: Laba usaha					

Sumber Data : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil output di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,719 atau sebesar 71,9%. Dapat disimpulkan bahwa nilai angka tersebut berarti biaya produksi dan biaya promosi dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap laba usaha sebesar 71,9%. Sedangkan sisanya yaitu 28,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai kontribusi biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha sebesar 71,9% dan sisanya sebesar 28,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubunga secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini akan menentukan bagaimana hubungan antara biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.

**Tabel IV. 11 Hasil Output Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3858,2811	79307,244		,486	,630
	Biaya Produksi	,319	,064	,949	5,021	,000
	Biaya Promosi	-,382	,610	-,118	-,626	,536

a. Dependent Variable: Laba usaha

Sumber Data : Output SPSS 25

Hasil regresi linear berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X_1 = 0,319$  dan  $X_2 = -0,382$  dengan konstanta sebesar 3.858,28. Sehingga persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$LU = \alpha + \beta_1 BPD + \beta_2 BPM + e \dots \dots \dots (3)$$

$$LU = 3.858,28 + 0,319 BPD - 0,382 BPM + 79.307,24 \dots \dots \dots (4)$$

Sesuai dengan persamaan garis regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta bernilai positif 3.858,28. Artinya, jika nilai variabel biaya produksi dan biaya promosi dianggap konstan atau sama dengan nol maka laba usaha nilainya sebesar 3.858,28 atau 3.858,28%.
- b. Koefisien regresi untuk biaya produksi sebesar 0,319, artinya apabila biaya produksi mengalami kenaikan sebesar 1 juta maka akan menyebabkan kenaikan pada laba usaha sebesar 0,319. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara biaya produksi terhadap laba usaha PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini berjudul Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk 2014-2022. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 25.

Selanjutnya hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikan masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

## 1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk

Biaya produksi sebenarnya pengeluaran-pengeluaran yang tidak dapat dihindarkan, tetapi dapat diperkirakan dalam menghasilkan suatu barang. Besarnya biaya produksi ini merupakan besarnya pembebanan yang diperhitungkan atas pemakaian faktor-faktor produksi, yang berupa bahan, tenaga kerja, serta mesin dan peralatan, untuk menghasilkan suatu produk tertentu.

Tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh.

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh secara parsial dan secara signifikan terhadap laba usaha. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t dimana nilai signifikansi bernilai sebesar  $0.00 < 0,05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya secara parsial biaya produksi memiliki pengaruh terhadap laba usaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wira Sanjaya yang mengatakan bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba usaha. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Asep Mulyana yang menyatakan bahwa Biaya Produksi memberikan pengaruh terhadap laba usaha.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Endang Susilawati yang berjudul Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi perusahaan rokok PT. Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak memiliki pengaruh terhadap laba usaha. Artinya, biaya produksi bukanlah satu-satunya variabel yang dapat mempengaruhi laba usaha. Dengan demikian biaya produksi akan mempengaruhi laba usaha atau semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan maka akan meningkatkan laba usaha perusahaan karena perusahaan telah mengeluarkan biaya produksi atau mengelola biaya produksi secara efektif dengan tetap memperhatikan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan penjualan sekaligus laba perusahaan.

## 2. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk

Promosi sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat atau konsumen. Tujuan diadakannya promosi ini untuk memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menstabilkan penjualan, memposisikan produk dan membentuk citra produk.

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan akan menimbulkan biaya, biaya tersebut disebut biaya promosi. Biaya promosi yang dikeluarkan diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan laba.

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi tidak memiliki pengaruh secara parsial dan secara signifikan terhadap laba usaha. Hal ini dikarenakan Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t dimana nilai signifikansi bernilai sebesar  $0.536 > 0,05$  maka  $H_2$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Artinya secara parsial biaya promosi tidak memiliki pengaruh terhadap laba usaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lasca Radella, Akhmad Saebani dan Agus Maulana yang mengatakan bahwa Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba usaha. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Nurul Juwariyah dan Rosyati yang menyatakan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap laba usaha.

Namun hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha, seperti penelitian yang dilakukan oleh Made Juni Widnyana, I Made Nuridja, dan I Ketut Dunia yang dimana hasil penelitiannya Biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba usaha. Artinya ketika biaya promosi naik maka akan diikuti dengan naiknya laba usaha

Beberapa faktor yang menjadi penyebab biaya promosi tidak berpengaruh pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk yaitu biaya promosi dipengaruhi oleh selera konsumen, kepuasan pelanggan, kemasan yang menarik hingga kualitas produk yang ditawarkan. Jika biaya promosi tinggi tetapi tidak diimbangi dengan penjualan yang meningkat maka laba perusahaan akan menurun. Promosi tidak selalu efektif dalam meningkatkan penjualan dan laba perusahaan, promosi dapat tidak menjadi efektif jika perusahaan

mengeluarkan biaya promosi yang besar namun kurang efektif dalam mencapai tujuan promosi yang diinginkan.

### 3. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan biaya produksi dan biaya promosi memiliki pengaruh terhadap laba usaha. Hal ini dibuktikan dengan uji F dengan hasil nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya bahwa secara simultan biaya produksi dan biaya promosi memiliki pengaruh terhadap laba usaha. Berdasarkan uji  $R^2$  menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,719 menjelaskan bahwa variabel biaya produksi dan biaya promosi mampu menjelaskan atau memberikan sumbangan sebesar 71,9% terhadap laba usaha. Sedangkan 28,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan ini didukung oleh peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Putu Rustami, I Ketut Kirya dan Wawan Cipta yang mengatakan bahwa Biaya produksi dan Biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap laba usaha. Hasil penelitian yang sejalan lainnya yaitu oleh Cut Ana Rohani yang dimana hasil penelitiannya biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan langkah-langkah yang sesuai dengan panduan yang diberikan oleh UIN SYAHADA Padangsidempuan agar memperoleh hasil yang sebaik mungkin. Namun dalam

proses penelitian yang dilakukan. untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit. Terdapat beberapa keterbatasan peneliti dalam peneliti ini yaitu:

1. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independen. yaitu hanya menggunakan dua variabel independen. Sedangkan masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi variabel dependen sebesar 28,1 persen sebagaimana yang ditunjukkan oleh R Squared.
2. Populasi yang digunakan untuk dianalisa hanya pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk
3. Data yang digunakan yaitu 36 data time series.
4. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.

Walaupun demikian. Peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Segala kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2014 – 2022 maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan dan positif terhadap laba usaha pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.
2. Secara parsial tidak ada pengaruh antara biaya promosi dengan laba usaha pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.
3. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi dan biaya promosi dengan laba usaha pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.

#### **B. Implikasi Hasil Penelitian**

Implikasi adalah suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha PT Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variable biaya produksi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap laba usaha. Sedangkan variabel biaya promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba usaha. Kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan tidak mengakibatkan naiknya laba usaha suatu perusahaan. Perusahaan mengindikasikan bahwa besarnya biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan, maka perusahaan tersebut berhasil dalam memperkenalkan produknya kepada

konsumen serta dapat menjangkau pasar yang ditargetkan, sehingga akan berdampak pada peningkatan laba usaha.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian yang lebih lanjut dengan variabel lain, model dan rentang waktu data yang lebih baik dari penelitian ini.
2. Bagi perusahaan PT Ultrajaya Milk Industry Tbk agar hasil laba yang dihasilkan setiap tahunnya meningkat, maka biaya produksi harus ditingkatkan dan biaya promosi yang dikeluarkan mampu mempertahankan efektifitas dan efisiensi pengendaliannya serta senantiasa meningkatkan volume penjualan agar perusahaan tetap berjaya. Selain itu, PT Ultrajaya Milk Industry Tbk diharapkan mampu memperhitungkan dan mengendalikan dengan teliti pemakaian biaya produksi dan biaya promosi sehingga dengan meningkatnya penekanan volume biaya produksi dan biaya promosi maka dapat meningkatkan laba usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Anggito, A., Johan, S. (2018), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jawa Barat: CV. Jejak.
- Arif, M. N. R. A. (2010), *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Baridwan, Z. (2017), *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFPE.
- Daulay, M. (2010), *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: USU Press.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Bintang Indonesia.
- Firdaus, M. (2011), *Ekonometrik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fuad, M. (2000), *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hamdi, A. S., E. Baharuddin. (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harahap, S. S. (2012), *Teori Akuntansi, Ed Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hidayat, R. et.al. (2023), *Manajemen Pemasaran*. Sumatera Barat: CV Azka Pustaka.
- Jaya, I. M. L. M. (2020), *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Jumingan. (2017), *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2018), *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., Kevin, L. K. (2010), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Matondang, Z., Hamni. F. N. (2021), *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Mulyadi. (2012), *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UUP STIM YKPN.
- Nazir, M. (2011), *Metode Penelitian*. Bogor: Ghaila Indonesia.
- Priyanto, D. (2014), *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.

Rahayu. (2014), *Dampak Piutang Bagi Bank Desa*. Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia.

Riyadi, S. (2017), *Akuntansi Manajemen*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.

Rosyidi, S. (2012), *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Teori Ekonomi Mikro & Makro*, Jakarta: Rajawali Pers.

\_\_\_\_\_. (2012), *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Simamora, H. (2002), *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Siregar, B. G., Ali .H. (2021), *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Medan: Merdeka Kreasi.

Siyoto, S. (2015), *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sukirno, S. (2016), *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

#### **Sumber Jurnal:**

Elina, A. & Susi, H., (2021), Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan, *dalam Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, Vol 18 (2), Juli, hlm. 25-38

Firmansyah, T. & Eris, D., (2016), Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014, *dalam Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, Vol 5 (9), hlm. 68-78

Juwariyah, N. & Rosyati., (2021), Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019, *dalam Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, Vol 4 (1), hlm. 62

Mulyana, A., (2017), Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015, *dalam Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol 17 (3), Desember, hlm. 189

Natalia, I., (2010), Kualitas Laba yang Dihasilkan Oleh Pengadopsian International Financial Reporting Standars, *Jurnal Akuntansi Kontenporer*, Vol 2 (1), Januari, hlm. 88

- Pribadi, J. T., (2015), Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Implikasi Terhadap Peningkatan Laba Bersih Tahun 2005-2014, *dalam Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Komputer*. hlm. 20
- Rustami, P., I. K. K., & Wawan, C., (2014), Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis, *dalam e-Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, Vol 4, hlm. 2
- Sembiring, M. & Siti. A. S., (2018), Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih, *dalam Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, Vol 2 (3), hlm. 136
- Siregar, B. G., (2018), Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol 04 (1), Juni, hlm. 9
- Susilawati, E., (2011), Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017.". 38
- Widnyana, M. J., dkk. "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012." *dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiskha*, Vol 4 (1), hlm. 8
- Yuda, I. M. A. & Ketut, P. W. S., (2020), Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 9 (1), Maret, hlm. 7

#### **Sumber Skripsi:**

- Djamalu, N., (2013), *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012*, (Skripsi), Universitas Negeri Gorontalo
- Oktaviani, I. P., (2013), *Pengaruh Biaya Promosi dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT Media Presindo*, (Skripsi), Universitas Negeri Yogyakarta
- Rahmanita, M., (2017), *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening*, (Skripsi), IAIN Surakarta

Yulitasary, D., (2014), *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung*, (Skripsi), Universitas Negeri Yogyakarta

**Sumber Lainnya:**

<https://kamus.tokopedia.com/a/akuntansi/>. (diakses tanggal 16 Maret 2024, pukul 13.00 WIB)

<https://www.ultrajaya.co.id/>. (diakses tanggal 15 Maret 2024, pukul 13.00 WIB)

## **CURRICULUM VITAE**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Agbert Zega
2. NIM : 1840200118
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tempat/Tanggal Lahir : Lampung Tengah, 07 Agustus 2000
5. Anak ke : 2
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Mahasiswa
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Aek Horsik, Badiri, Tapanuli Tengah
10. No. Telp/Hp : 085260653134
11. e-mail : [agbertzg780@gmail.com](mailto:agbertzg780@gmail.com)

### **II. IDENTITAS ORANG TUA**

1. Ayah
  - a. Nama : Sokhiato Zega
  - b. Pekerjaan : Wiraswasta
  - c. Alamat : Aek Horsik
  - d. Telp/hp : 081285469305
2. Ibu
  - a. Nama : Sutriana
  - b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
  - c. Alamat : Kota Gajah
  - d. Telp/hp : 083897132914
3. Ibu
  - a. Nama : Siti Hajar Ndruru
  - b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
  - c. Alamat : Aek Horsik
  - d. Telp/hp : 085262732860

### **III. PENDIDIKAN**

1. SD : SDN 157014 Aek Horsik (2006-2012)
2. SMP : Mts Darun Najah Lopian (2012-2015)
3. SMA : MAN 3 Tapanuli Tengah (2015-2018)
4. S.1 : UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN (2018-2024)

Motto Hidup: Selesaikan apa yang sudah kamu mulai, karena berhenti bukanlah solusi.

Data Laba Usaha PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk

Labanya Usaha terdiri dari pendapatan operasi total harga pokok penjualan dan biaya operasi.

Tahun	Triwulan	Total Pendapatan Operasional	Harga Pokok Penjualan	Biaya Operasional	Labanya Usaha
2014	I	901.757	695.948	95.320	110.488
	II	1.903.478	1.473.146	272.030	158.301
	III	2.881.819	2.211.891	398.121	271.806
	IV	3.916.789	2.979.799	562.863	374.126
2015	I	1.097.281	750.104	141.412	205.763
	II	2.185.892	1.503.726	388.937	293.227
	III	3.453.416	2.262.440	509.026	681.948
	IV	4.393.932	3.033.443	689.623	692.865
2016	I	1.097.281	750.104	141.412	205.763
	II	2.297.683	1.529.450	395.157	373.075
	III	3.453.416	2.262.440	509.026	681.948
	IV	4.685.987	3.052.883	744.118	888.986
2017	I	1.181.409	749.938	130.857	300.613
	II	2.317.860	1.461.320	399.142	457.398
	III	3.576.102	2.239.713	521.897	814.491
	IV	4.879.559	3.056.681	863.544	959.334
2018	I	1.303.139	827.249	253.067	222.823
	II	2.624.619	1.675.540	508.943	440.136
	III	4.044.312	2.587.891	703.918	752.503
	IV	5.472.882	3.516.606	1.063.711	892.565
2019	I	1.428.392	927.230	132.584	368.578
	II	2.972.996	1.880.256	470.070	622.670
	III	4.585.139	2.868.423	722.978	993.738
	IV	6.241.419	3.891.701	1.085.324	1.264.394
2020	I	1.614.470	986.798	61.910	565.762
	II	3.019.082	1.890.475	409.498	719.109
	III	4.454.435	2.825.867	505.234	1.123.334
	IV	5.967.362	3.738.835	864.266	1.364.261
2021	I	1.521.095	975.393	11.902	533.800
	II	3.060.444	1.966.177	228.104	866.163
	III	4.792.085	3.094.091	438.552	1.259.442
	IV	6.616.642	4.241.696	746.988	1.627.958
2022	I	1.836.873	1.221.432	209.320	406.121
	II	3.690.908	2.417.710	474.718	798.480
	III	5.678.134	3.819.593	728.681	1.129.860
	IV	7.656.252	5.199.164	1.154.234	1.302.854

Data Biaya Poduksi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk

Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik

Tahun	Triwulan	Biaya bahan baku	Biaya tenaga kerja langsung	Biaya overhead pabrik	Biaya produksi
2014	I	622.940	6.673	99.298	728.912
	II	1.275.529	13.674	204.746	1.493.949
	III	1.880.956	22.113	312.913	2.215.983
	IV	2.512.668	29.212	429.919	2.971.800
2015	I	601.832	7.829	127.043	736.705
	II	1.307.979	17.698	238.805	1.564.483
	III	1.850.778	25.624	387.133	2.263.537
	IV	2.570.697	31.204	487.622	3.089.524
2016	I	601.832	7.829	127.043	736.705
	II	1.231.020	18.080	257.003	1.506.104
	III	1.850.778	25.624	387.133	2.263.537
	IV	2.522.337	32.609	526.742	3.081.688
2017	I	606.363	6.963	125.825	739.151
	II	1.181.865	16.668	262.590	1.461.124
	III	1.829.241	23.688	398.354	2.251.284
	IV	2.513.439	30.298	542.694	3.086.431
2018	I	683.270	6.841	133.703	823.814
	II	1.386.234	15.779	272.961	1.674.974
	III	2.129.566	22.529	412.988	2.565.083
	IV	2.861.449	29.165	566.199	3.456.813
2019	I	791.620	8.818	152.370	952.808
	II	1.591.830	20.635	314.383	1.926.848
	III	2.450.128	28.856	467.766	2.946.750
	IV	3.292.479	37.120	642.403	3.972.002
2020	I	850.701	9.656	172.776	1.033.133
	II	1.561.898	22.075	325.145	1.909.118
	III	2.311.752	31.208	477.532	2.820.492
	IV	3.031.125	40.826	637.737	3.709.688
2021	I	867.874	9.970	157.517	1.035.361
	II	1.685.362	23.238	314.696	2.023.296
	III	2.591.001	33.043	477.952	3.101.996

	IV	3.576.316	42.996	641.136	4.260.448
2022	I	1.018.657	11.605	164.038	1.194.300
	II	3.382.592	38.970	517.041	2.505.258
	III	2.138.248	26.926	340.084	3.938.603
	IV	4.671.280	51.135	699.290	5.421.705

### Data Biaya Promosi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk

Biaya promosi terdiri dari biaya iklan biaya promosi penjualan.

Tahun	Triwulan	Iklan dan Promosi
2014	I	21.083
	II	84.814
	III	141.714
	IV	209.633
2015	I	47.997
	II	174.347
	III	198.188
	IV	267.182
2016	I	42.902
	II	169.913
	III	177.003
	IV	288.384
2017	I	45.945
	II	174.300
	III	191.648
	IV	329.957
2018	I	76.630
	II	196.499
	III	302.246
	IV	452.819
2019	I	40.287
	II	181.738
	III	286.533
	IV	455.752
2020	I	90.622
	II	151.447
	III	231.231
	IV	335.229
2021	I	39.557
	II	78.523
	III	137.671
	IV	305.908

2022	I	67.361
	II	138.739
	III	224.678
	IV	464.091