

**PENGARUH PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI DAN
BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA
BERSIH PADA PT. MATAHARI DEPARTMENT
STORE TBK**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Akuntansi Syariah*

Oleh

MINDA MANORA SIREGAR

NIM. 21 406 00041

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH

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

2025

**PENGARUH PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI DAN
BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA
BERSIH PADA PT. MATAHARI DEPARTMENT
STORE TBK**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Akuntansi Syariah*

Oleh

MINDA MANORA SIREGAR

NIM. 21 406 00041

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI DAN
BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA
BERSIH PADA PT. MATAHARI DEPARTMENT
STORE TBK**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Akuntansi Syariah*

Oleh

**MINDA MANORA SIREGAR
NIM. 21 406 00041**

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mf' followed by 'Acc'.

**Windari, SE., MA
NIP.2010058301**

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Desy' followed by a stylized name.

**Desy Khairani, M.Pd
NIDN. 2027129101**

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH

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

2025



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 Sibitang Kota Padangsidempuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
An. Minda Manora Siregar

Padangsidempuan, 8 Mei 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an Minda Manora Siregaryang berjudul “Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Pada PT Matahari Department Store Tbk” , maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Akuntansi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I

Windari, SE., MA
NIDN. 2010058301

PEMBIMBING II

Desy Khairani, M.Pd
NIDN. 2027129101

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Minda Manora Siregar
NIM : 21 406 00041
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store 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 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 ayat 4 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 ayat 4 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 8 Mei 2025

Saya Yang Menyatakan



Minda Manora Siregar

21 406 00041

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Minda Manora Siregar
NIM : 21 406 00041
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk"**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 6 Mei 2025

Yang Menyatakan



Minda Manora Sirega

21 406 00041



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 Kota Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Minda Manora Siregar
NTM : 21 406 00041
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk

Ketua

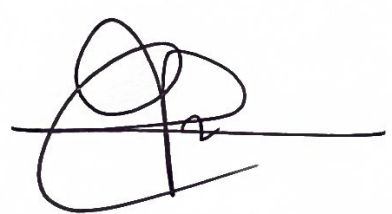

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si.
NIDN. 2025057902

Sekretaris

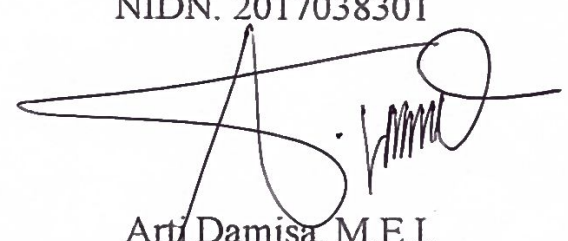

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIDN. 2017038301

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si.
NIDN. 2025057902


Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIDN. 2017038301


Desy Khairani, M.Pd
NIDN. 2027129101


Arti Damisa, M.E.I.
NIDN. 2020128902

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis / 12 Juni 2025
Pukul : 08.30 – 10.00 WIB
Hasil/ Nilai : Lulus / 78,25 (B)
IPK : 3,71
Predikat : Pujian



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 Kota Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk
Nama : Minda Manora Siregar
NIM : 21 406 00041

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

Padangsidimpuan, 30 Juni 2025

Dekan



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

ABSTRAK

Nama :Minda Manora Siregar
Nim :2140600041
Judul Skripsi :Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk

PT Matahari Department Store Tbk adalah salah satu bisnis ritel terbesar di Indonesia, yang berdiri sejak tahun 1958, dengan target utamanya yaitu menciptakan laba sebanyak-banyaknya. Akan tetapi laba pada PT Matahari Department Store Tbk mengalami fluktuasi dari 2016-2023 sehingga tidak mampu menstabilkan laba perusahaan. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi laba PT Matahari Department Store Tbk adalah penjualan, biaya produksi dan juga biaya pemasaran. Dengan itu rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk. Pada penelitian ini berkaitan dengan ilmu bidang akuntansi biaya, dan teori-teori yang digunakan berkenaan dengan penjualan, biaya produksi, biaya pemasaran dan laba bersih. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zeni Imrotin Silvia dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan (Pada PT. Bina Megah Indowood Gresik Tahun 2015-2018) yang menyatakan bahwa penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran secara simultan memiliki pengaruh terhadap laba bersih. Artinya peningkatan penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran dapat meningkatkan laba bersih. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah populasi penelitian, atau dengan menggunakan sampel jenuh. Sumber data dari laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk yang terdapat di website Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Kemudian diolah dengan menggunakan SPSS dengan menggunakan uji analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji t, uji f, dan uji R² atau koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran secara simultan memiliki pengaruh terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk. Terdapat pengaruh antara penjualan dan laba bersih, tidak terdapat pengaruh antara biaya produksi dan laba bersih, tidak terdapat pengaruh antara biaya pemasaran dan laba bersih. Kemudian pada uji R² berpengaruh sebesar 81,3% dan 18,7% lagi dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci: Biaya Pemasaran, Biaya Produksi, Laba Bersih, Penjualan

ABSTRACT

Name : Minda Manora Siregar

Reg. Number : 2140600041

Thesis Title : The Influence of Sales, Production Costs and Marketing Costs on Net Profit at PT Matahari Department Store Tbk

PT Matahari Department Store Tbk is one of the largest retail businesses in Indonesia, which was 1958, with its main target of creating as much profit as possible. However, the profit at PT Matahari Department Store Tbk fluctuated from 2016-2023 so that it was unable to stabilize the company's profit. Some factors that affect the profit of PT Matahari Department Store Tbk are sales, production costs and marketing costs. Therefore, the formulation of the problem in this study is whether there is an influence between sales, production costs and marketing costs on net profit at PT Matahari Department Store Tbk. This study is related to the science of cost accounting, and the theories used regarding sales, production costs, marketing costs and net profit. In a study conducted by Zeni Imrotin Silvia in a study entitled The Effect of Sales, Production Costs and Marketing Costs on Company Profit (At PT. Bina Megah Indowood Gresik 2015-2018) which states that sales, production costs and marketing costs simultaneously have an effect on net profit. This means that increasing sales, production costs and marketing costs can increase net profit. This type of research is quantitative. The sample of this research is the research population, or by using quota sampling technique. The data source is from the financial report of PT Matahari Department Store Tbk which is available on the Indonesia Stock Exchange website, namely www.idx.co.id. Then processed using SPSS using descriptive statistical analysis tests, normality tests, heteroscedasticity tests, multicollinearity tests, autocorrelation tests, t tests, f tests, and r2 tests or coefficient of determination. Based on the results of the study, it can be concluded that sales, production costs and marketing costs simultaneously have an effect on net profit at PT Matahari Department Store Tbk. There is no effect between sales and net profit, there is an effect between production costs and net profit, there is no effect between marketing costs and net profit. Then in the R2 test, the effect is 81.3% and another 18.7% is influenced by other factors.

Keywords: Marketing Cost, Production Cost , Net Profit , Sales

خلاصة

اسم : سريجار مانورا ميندا

رقم هوية الطالب : ١٤٠٠٠٦٠٤١٢

عنوان الأطروحة : تأثير تكاليف المبيعات والإنتاج والتسويق على

الربح في شركة بي تي ماتهاري للمتاجر متعددة الأقسام

متجر ماتهاري هو أحد أكبر شركات البيع بالتجزئة في إندونيسيا، وقد تأسس عام 1958، وكان هدفه الرئيسي هو تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح. ومع ذلك، فقد تذبذبت أرباح متجر ماتهاري من عام 2016 إلى عام 2023، مما حال دون استقرار أرباح الشركة. بعض العوامل التي تؤثر على أرباح شركة بي تي ماتهاري للمتاجر هي المبيعات وتكاليف الإنتاج وتكاليف التسويق. لذلك، فإن صياغة المشكلة في هذه الدراسة هي ما إذا كان هناك تأثير بين المبيعات وتكاليف الإنتاج وتكاليف التسويق على صافي الربح في شركة بي تي ماتهاري للمتاجر. ترتبط هذه الدراسة بعلم محاسبة التكاليف، والنظريات المستخدمة فيما يتعلق بالمبيعات وتكاليف الإنتاج وتكاليف التسويق وصافي الربح. في دراسة أجرتها زيني إيموتين سيلفيا في دراسة بعنوان تأثير المبيعات وتكاليف الإنتاج وتكاليف التسويق على ربح الشركة (في شركة بي تي بينا ميغا إندوود جريسليك 2015-2018) والتي تنص على أن المبيعات وتكاليف الإنتاج وتكاليف التسويق لها تأثير في وقت واحد على صافي الربح. وهذا يعني أن زيادة المبيعات وتكاليف الإنتاج وتكاليف التسويق يمكن أن تزيد من صافي الربح. هذا النوع من البحث كمي. عينة هذه الدراسة هي مجتمع البحث أو باستخدام أسلوب أخذ العينات الحصصية. مصدر البيانات هو التقرير والذي يتوفر على موقع بورصة إندونيسيا وهو المالي لشركة بي تي ماتهاري للمتاجر الكبرى باستخدام اختبارات التحليل الإحصائي SPSS ثم تمت معالجتها باستخدام برنامج www.idx.co.id. الوصفي واختبارات الطبيعية واختبارات التباين غير المتجانس واختبارات التعدد الخطي واختبارات الارتباط الذاتي أو معامل التحديد. بناءً على نتائج الدراسة، يمكن الاستنتاج أن r^2 واختبارات f واختبارات t واختبارات تكاليف المبيعات والإنتاج والتسويق تؤثر في آن واحد على صافي الربح في شركة بي تي ماتهاري للمتاجر متعددة الأقسام. لا يوجد تأثير بين المبيعات وصافي الربح، أو بين تكاليف الإنتاج وصافي الربح، أو بين تكاليف التسويق 18.7% ، بلغ تأثيرها 81.3% ، بينما تأثرت عوامل أخرى بنسبة R^2 وصافي الربح. ثم في اختبار

الكلمات المفتاحية: المبيعات، تكلفة الإنتاج، تكلفة التسويق، صافي الربح

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalaamu‘alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur peneliti ucapkan atas ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya yang tiada hentinya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Penjualan,Biaya Produksi, dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk”**. Kemudian shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir kelak.

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 penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

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

Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanudddin, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. Armyn Hasibuan M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si, selaku Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dan Ibu Ella Zefriani Lisna Nasution, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Windari, S.E., M.A. selaku dosen Pembimbing I peneliti yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Ibu berikan.
5. Ibu Desy Khairani, M.Pd. selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Ibu berikan.

6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan 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.
8. Teristimewa kepada Ayahanda Togap Siregar dan Ibunda Sariati Siagian yang telah memberikan kasih sayang dan pengertian yang tiada hentinya. Memberikan peneliti dukungan baik itu moril dan materil demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini. Memberikan doa yang tiada hentinya serta perjuangan yang tidak mengenal lelah demi pendidikan peneliti. Semoga kiranya yang telah diberikan dapat berbuah manis.
9. Teristimewa kepada kedua saudara peneliti yakni Abanganda Hamka Saleh Alamsyah Siregar dan Heriansyah Siregar yang telah ikut serta memberikan motivasi dan dukungan baik itu moril dan materi kepada peneliti, serta menjadi salah satu alasan peneliti selalu semangat dalam menyelesaikan pendidikan ini.
10. Kepada Al Hasby Toga Syahputra dan Muhammad Athar Hadiyan yaitu keponakan peneliti yang telah senantiasa jadi sumber semangat dan juga motivasi bagi peneliti, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

11. Kepada sahabat peneliti yakni Linda Nora, Anggita Fadhila Siagian, Syafiqah Aprisa Zahwa, serta teman-teman yang selalu memberikan motivasi dan dukungan semangat kepada peneliti.
12. Kemudian kepada teman-teman keluarga besar AKS-2 angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
13. 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.
14. Terakhir kepada peneliti sendiri, terimakasih sudah berjuang hingga sejauh ini dan selalu bersabar menghadapi segala tantangan dan cobaan yang ada dalam tujuan memperoleh gelar ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan balasan yang jauh lebih besar atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Aamiinyarabbalamin.

Peneliti menyadari penuh atas kekurangan dan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penelitian ini. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dengan itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik, khususnya bagi peneliti sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkan pada umumnya.

Padangsidempuan 8 Mei 2025

Peneliti

Minda Manora Siregar

NIM. 2140600041

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-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 translitasinya 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	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik 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 diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fatḥah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
	fatḥah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah*

Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
اِ.....	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
اُ.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua yaitu:

1. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat 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 system 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 system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

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

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

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.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. *Hamzah*

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan a postrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir 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 per kata 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*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetekan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

BERITA ACARA UJIAN MUNAQSAH

LEMBAR PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR iv

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ix

DAFTAR ISI.....xiv

DAFTAR TABEL.....xvii

DAFTAR GAMBAR.....viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Identifikasi Masalah 5

C. Batasan Masalah..... 5

D. Definisi Operasional Variabel 6

E. Perumusan Masalah 8

F. Tujuan Penelitian 8

G. Manfaat Penelitian 9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori..... 11

1. Laba Bersih..... 11

2. Penjualan 14

3. Biaya Produksi..... 15

4. Biaya Pemasaran..... 19

B. Penelitian Terdahulu 21

C. Kerangka Pikir 26

D. Hipotesis..... 27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
B. Jenis Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel	28
1. Populasi	28
2. Sampel	29
D. Sumber Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data.....	30
1. Statistik Deskriptif.....	30
2. Uji Asumsi Klasik	31
a. Uji Normalitas.....	31
b. Uji Heterokedastisitas	31
c. Uji Multikolinearitas	32
d. Uji Autokolerasi.....	33
3. Uji hipotesis.....	33
a. Uji T.....	33
b. Uji F	34
c. Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT Matahari Department Store Tbk	36
1. Profil PT Matahari Department Store Tbk	36
2. Visi dan Misi PT Matahari Department Store Tbk.....	38
3. Produk dan Layanan	39
B. Deskripsi Data Penelitian	40
1. Perkembangan Laba Bersih PT Matahari Department Store Tbk	40
2. Perkembangan Penjualan PT Matahari Department Store Tbk.....	43
3. Perkembangan Biaya Produksi PT Matahari Department Store Tbk ...	45
4. Perkembangan Biaya Pemasaran PT Matahari Department Store Tbk	48
C. Hasil Analisis Data Penelitian.....	50
1. Statistik Deskriptif.....	50

2. Uji Asumsi Klasik	51
a. Uji Normalitas.....	51
b. Uji Heterokedastisitas	53
c. Uji Multikolinearitas.....	54
d. Uji Autokolerasi.....	55
3. Uji hipotesis.....	56
a. Uji T	56
b. Uji F	58
c. Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	59
D. Pembahasan Hasil Penelitian	59
E. Keterbatasan Masalah	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, dan Laba Bersih	4
Tabel 1.2 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Perkembangan Laba Bersih PT Matahari Department Store Tbk.....	38
Tabel 4.2 Perkembangan Penjualan PT Matahari Department Store Tbk.....	40
Tabel 4.3 Perkembangan Biaya Produksi PT Matahari Department Store Tbk....	43
Tabel 4.4 Perkembangan Biaya Pemasaran PT Matahari Department Store Tbk.	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	49
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	52
Gambar 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Gambar 4.5 Hasil Uji Autokolerasi.....	53
Gambar 4.6 Hasil Uji Hipotesis Parsial	54
Gambar 4.7Hasil Uji Hipotesis Simultan.....	56
Gambar 4.8Hasil Uji Koefisien Determinasi	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan perlu beroperasi dengan lebih efisien, terutama dalam situasi perekonomian saat ini, dimana krisis ekonomi melanda Indonesia begitu parah hingga merugikan seluruh sektor perekonomian. Sehingga perlu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki.

Salah satu usaha modern yang berkembang di Indonesia adalah ritel. Pasalnya ritel modern merupakan industri strategis karena kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Retailing adalah suatu kegiatan usaha yang menjual barang sehari-hari baik berupa barang maupun jasa yang ditujukan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan perorangan atau keluarga. Indeks Pengembangan Ritel Global (GRDI) menempatkan Indonesia pada peringkat ke-12 di dunia, yang mewakili tingkat pertumbuhan ritel tertinggi yang pernah dicapai Indonesia.

Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Dengan itu pihak manajemen perlu merencanakan besar perolehan laba setiap periode, yang ditentukan melalui target yang harus dicapai. Penentuan laba ini penting guna mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan, yaitu memperoleh laba.¹

¹Lisma Hasibuan et al., *Analisis Laporan Keuangan Syariah* (Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2023), hlm 245.

Menurut Kasmir laba bersih merupakan laba yang diperoleh oleh perusahaan setelah dikurangi dengan semua biaya atau beban perusahaan, termasuk pajak dalam periode tertentu. Laba bersih juga merupakan ukuran laba yang sesungguhnya atau keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan setelah seluruh kewajiban telah terpenuhi.²

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi laba bersih seperti naik turunnya jumlah unit dan harga jual, harga pokok penjualan, biaya usaha atau biaya operasional, biaya non operasional, pajak, dan adanya perubahan pada metode akuntansi.³

Tingginya biaya produksi berdampak pada tingkat penjualan, begitu pula sebaliknya tinggi nya tingkat penjualan memiliki dampak terhadap biaya produksi. Secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang harus dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh. Pentingnya menekan biaya produksi karena berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah pesanan tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tertentu.⁴

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh positif terhadap laba bersih, karena biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh

²Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Depok: Rajawali Pers, 2021), hlm 202.

³Jumingan, *Analisi Laporan Keuangan*, 6th ed. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm 165.

⁴Mesta Sembiring And Siti Aisyah Siregar, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan* 2, No. 3 (2018).

perusahaan dapat memperluas pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Namun jika dikelola dengan tidak baik atau biaya yang terlalu tinggi tanpa adanya penyeimbang dari peningkatan penjualan, hal ini dapat berdampak negatif terhadap laba bersih.⁵

PT. Matahari Department Store merupakan salah satu industri ritel yang besar di Indonesia, hampir diseluruh kota di Indonesia terdapat gerai Matahari Department Store hingga saat ini mencapai lebih dari 120 gerai di 60 kota di Indonesia. Pada kuartal pertama tahun 2017 PT. Matahari Department Store menjadi salah satu peranakan dari Lippo Group. Banyaknya berita dan promosi yang dilakukan oleh Matahari Department store baik melalui media cetak, media masa maupun media online membuktikan bahwa eksistensi mereka sudah meluas. Namun dengan banyaknya berita yang mengabarkan eksistensi Matahari Department Store tidak terlepas dari berita yang mengurangi eksistensi mereka. Hal – hal tersebut bisa terjadi karena beberapa sebab seperti kurangnya strategi pada perusahaan tersebut ataupun banyaknya persaingan yang semakin meluas.⁶

Sebagai salah satu perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang menyediakan berbagai produk secara konsumtif mulai dari pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik, serta peralatan rumah tangga dengan harga terjangkau. Dalam menjalankan bisnisnya, PT. Matahari Department Store Tbk harus

⁵Septi Nurawaliah, Sutrisno, and Risma Nurmilah, *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (CV. NJ Food Industries)*, 2nd ed., vol. 7 (Jurnal Proaksi, 2020).

⁶Feny Winandar, I Ketut R.Sudiarditha, And Dewi Susita, “Pengaruh Budaya Kerja Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Matahari Department Store Tbk,” *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 5, No. 1 (June 11, 2021): 83–99, <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V5i1.433>.

mempertimbangkan beberapa faktor strategis yang signifikan bagi kinerjanya, termasuk pengaruh penjualan, biaya produksi, dan biaya pemasaran terhadap laba bersih.

Tabel 1.1
Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, dan Laba Bersih
PT Matahari Department Store Tbk Per Tahun 2016-2023 (Juta Rupiah)

Tahun	Penjualan	Biaya Produksi	Biaya Pemasaran	Laba Bersih
2016	Rp24.460.561	Rp39.505.778	Rp161.835	Rp5.030.727
2017	Rp25.123.971	Rp41.163.600	Rp254.868	Rp4.994.278
2018	Rp25.899.902	Rp46.308.515	Rp387.953	Rp4.184.635
2019	Rp25.983.986	Rp46.017.900	Rp468.159	Rp3.875.882
2020	Rp11.969.796	Rp26.359.340	Rp398.892	Rp1.941.549
2021	Rp14.402.840	Rp23.406.805	Rp309.874	Rp1.979.390
2022	Rp16.467.986	Rp28.258.071	Rp137.518	Rp3.500.751
2023	Rp16.813.628	Rp31.163.642	Rp124.847	Rp2.091.026

Sumber : Laporan Keuangan PT Matahari Department Store Tbk (Data diolah tahun 2025)

Berdasarkan tabel diatas, laba bersih mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2019 hingga 2021 yaitu sebesar diakibat pandemi COVID 19 yang melanda indonesia. Namun hingga tahun 2023, setelah COVID 19 telah selesai PT Matahari Department Store Tbk masih belum mampu meningkatkan laba bersihnya, sehingga mengalami penurunan sebesar Rp2.091.026 hal ini tidak sejalan dengan kenaikan penjualan yang mengalami kenaikan tipis pada tahun yang sama yaitu sebesar Rp16.813.628. Selain itu faktor lain yang mengakibatkan laba bersih PT Matahari Department Store Tbk adalah maraknya penjualan online melalui online yang yang memang lebih mudah dijangkau dan harganya relatif lebih murah mengakibatkan perusahaan

tidak mampu bersaing. Biaya produksi juga mengalami fluktuasi dengan peningkatan dan penurunan signifikan pada tahun-tahun tertentu, dan meningkat kembali pada tahun 2023. Kemudian Biaya pemasaran menunjukkan penurunan dari tahun 2019-2023. Keadaan ini sesuai dengan laba bersih yang juga mengalami penurunan pada tahun 2023.

Berdasarkan masalah diatas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian pada PT Matahari Department Store Tbk. Dengan judul Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi, dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penjualan PT Matahari Department Store Tbk mengalami fluktuasi yang mengakibatkan pendapatan hanya tumbuh sebesar 1,3%.
2. Biaya produksi yang meningkat 8,3% tidak disertai dengan kenaikan laba bersih.
3. Kenaikan biaya produksi mencapai 3 triliun tidak disertai dengan peningkatan laba bersihnya.
4. Turunnya laba bersih PT Matahari Department Store Tbk sebesar 51,17 %.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi diatas, dalam penelitian ini peneliti akan membatasi masalah untuk menghindari jangkauan yang terlalu luas, serta

membatasi objek penulisan dan memfokuskan masalah sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi, dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada PT Matahari Department Store Tbk dengan periode 2016-2023.

D. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Laba Bersih (Y)	Laba bersih adalah keuntungan yang didapat perusahaan setelah mengurangi semua biaya dan pengeluaran dari pendapatan total. Laba bersih merupakan ukuran kinerja keuangan perusahaan yang lebih komprehensif karena memperhitungkan pendapatan dan biaya.	Laba Bersih = Laba Kotor- Beban Operasional- Beban Pajak. ⁷	Rasio
Penjualan (X1)	Penjualan adalah kegiatan transaksi antara dua pihak atau lebih	1. Volume	Rasio

⁷Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Depok: Rajawali Pers, 2021), hlm 303.

	untuk mempertukarkan barang atau jasa dengan uang atau aset lainnya	Penjualan 2. Pertumbuhan Penjualan ⁸	
Biaya Produksi (X2)	Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya produksi mencakup segala pengeluaran dari awal proses pembuatan produk hingga penjualan ke konsumen di pasar.	1. Biaya bahan baku 2. Biaya tenaga kerja 3. Biaya overhead pabrik. ⁹	Rasio
Biaya Pemasaran (X3)	Biaya pemasaran adalah meliputi semua biaya yang terjadi sejak barang selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang dan barang tersebut dirubah kembali dalam bentuk yang tunai.	1. Biaya Periklanan (advertising) 2. Biaya Promosi Penjualan (sales promotion) ¹⁰	Rasio

⁸Devi Novitasari and Samari, "Upaya Peningkatan Volume Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Optimalisasi Promosi, Harga, Dan Saluran Distribusi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa," *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* 6, no. 1 (2021).

⁹Nur Widyawati, Mahfidah Puspa Dian, and Juli Prasetyorani, "Analisis Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Di Perusahaan Manufaktur," *Spirit Pro Patria* 6, no. 1 (2020).

¹⁰Nilas Nilas, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan," *JIEM : Journal Of International Entrepreneurship And Management* 1, no. 02 (June 7, 2024): 102–25, <https://doi.org/10.62668/jiem.v1i02.1060>.

E. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah serta definisi operasional variabel, permasalahan yang akan diteliti:

1. Apakah terdapat pengaruh penjualan terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk?
2. Apakah terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk?
3. Apakah terdapat pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk ?
4. Apakah terdapat penjualan, biaya produksi, dan biaya pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh penjualan terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk.

4. Untuk mengetahui pengaruh penjualan, biaya produksi, dan biaya pemasaran secara simultan terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian dilakukan secara objektif yang mana akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, yaitu :

1. Bagi Peneliti

- a. Dapat meningkatkan pemahaman mengenai mata kuliah akuntansi biaya.
- b. Untuk memenuhi persyaratan akademis untuk menempuh gelar S1 Akuntansi Syariah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi manajemen untuk mengevaluasi biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat memberi keuntungan kepada perusahaan tersebut.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Bagi Akademisi

Manfaat penelitian ini secara akademis adalah sebagai bahan acuan atau masukan bagi akademik. Sehingga penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan studi komparasi untuk penelitian yang selanjutnya.

- b. Bagi Luar Akademisi

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan acuan dan analisis yang dapat dijadikan dasar dalam pembuatan kebijakan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Laba Bersih

Secara bahasa laba berarti pertumbuhan dalam dagang. Salah satu tujuan usaha (dagang) adalah untuk mencapai laba. Dimana laba merupakan gambaran dari pertumbuhan harta. Laba itu muncul karena terjadinya proses perputaran modal dan pengoperasiannya dalam kegiatan-kegiatan dagang dan moneter.¹

Dari sudut pandang perekayasa akuntansi, konsep laba dikembangkan untuk memenuhi tujuan menyediakan informasi tentang kinerja perusahaan secara luas. Sementara itu, pemakai informasi mempunyai tujuan yang berbeda-beda. Teori akuntansi laba menghadapi dua pendekatan: satu laba untuk berbagai tujuan atau beda tujuan beda laba. Teori akuntansi diarahkan untuk memformulasi laba dengan pendekatan pertama. Pengertian laba secara umum adalah kenaikan kemakmuran dalam suatu periode yang dapat dinikmati. Konsep ini membedakan antara laba dan kapital. Kapital bermakna sebagai sediaan (stock) potensi jasa atau kemakmuran, sedangkan laba bermakna aliran (flow) kemakmuran. Lebih lanjut, laba dapat dipandang sebagai

¹ Annisa Husna Harahap, Abdul Nasser Hasibuan, and Ali Hardana, "Analisis Laba Terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat," *Journal of Islamic Social Finance Management* 2, no. 2 (December 31, 2021): 237–49, <https://doi.org/10.24952/jisfim.v2i2.5017>.

perubahan aset bersih sehingga berbagai dasar penilaian kapital dapat diterapkan.²

Adapun jenis laba akuntansi dapat digolongkan sebagai berikut:

1) Laba Kotor

Laba kotor merupakan keuntungan yang diperoleh dari pendapatan dikurangi dengan beban tetapi belum dikurangi dengan pajak.

2) Laba Operasi

Laba operasi merupakan keuntungan yang diperoleh penjualan dikurangi dengan harga pokok penjualan

3) Laba Sebelum Pajak

Laba sebelum pajak merupakan keuntungan menyeluruh yang diperoleh perusahaan sebelum dipotong pajak perseroan

4) Laba Bersih

Laba bersih merupakan keuntungan yang diperoleh yang sudah dikurangi dengan pajak, bunga, dan biaya operasional perusahaan.³

Laba bersih merupakan hasil akhir dari aktivitas suatu perusahaan dalam suatu periode akuntansi setelah dikurangi seluruh biaya, termasuk biaya operasional, non operasional, biaya bunga dan pajak penghasilan.⁴

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya laba bersih adalah sebagai berikut:

a. Volume penjualan.

²Nelly Ervina et al., *Teori Akuntansi* (Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2022), hlm 174.

³ Galih Wicaksono et al., *Teori Akuntansi* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 166.

⁴Wiratna Sujarweni, *Manajemen Keuangan* (Yogyakarta: CAPS, 2017), hlm 27.

- b. Harga jual produk.
- c. Harga pokok penjualan.
- d. Biaya usaha dan biaya operasional.
- e. Biaya non operasional.
- f. Tarif pajak dan beban pajak penghasilan.
- g. Perubahan dalam metode akuntansi.⁵

Rumus yang digunakan untuk mendapatkan laba bersih adalah sebagai berikut:

$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Operasi} + \text{Pendapatan Non Operasional} - \text{Biaya NonOperasional-Pajak Penghasilan}^6$
--

Laba bersih atau keuntungan dalam perspektif islam disebut ar-riba yang artinya pertumbuhan dalam perdagangan. Laba bersih atau keuntungan dapat ditafsirkan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 16 yang berbunyi:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرَوُا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبَحَتِ إِلَّا خَسَارًا وَمَا كَانَُوا مُهْتَدِينَ

Artinya : Mereka itulah yang membeli kesesatan dengan petunjuk.

Maka perdagangan mereka itu tidak beruntung dan mereka tidak mendapat petunjuk.⁷

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa siapa saja yang memilih untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya tetapi tidak menjalankan petunjuk Allah adalah golongan orang-orang yang sesat.

⁵Jumingan, *Analisi Laporan Keuangan*, 6th ed. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm 115.

⁶Hery, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hlm 196.

⁷“Al Qur’an Dan Terjemahannya,” *Qur’an Nu*, N.D., <https://Quran.Nu.Or.Id/Al-Baqarah/16>.

2. Penjualan

Penjualan merupakan salah satu indikator paling penting dalam sebuah perusahaan, karena penjualanlah yang dapat menghasilkan laba untuk sebuah perusahaan. Bila tingkat penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut besar, maka laba yang dihasilkan perusahaan itu pun akan besar pula sehingga perusahaan bertahan dalam persaingan bisnis dan dapat mengembangkan usahanya.

Menurut Hery penjualan adalah jumlah total yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun kredit.⁸

Penjualan dalam operasional perusahaan adalah proses penting dan menjadi tulang punggung dalam menjalankan rencana strategis, dan menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan rencana tahunan yang hasil akhir adalah keuntungan berdasar dari tingkat penjualan.⁹

Strategi Penjualan berbeda dengan strategi pemasaran yang fokus pada marketing mix dan dominasi pasar, sedangkan strategi penjualan fokus pada sistem penjualan dan distribusi dengan tujuan memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan untuk setiap outlet atau toko yang dikunjungi. Strategi

⁸Hery, *Teori Akuntansi: Pendekatan Konsep Dan Analisis* (Jakarta: PT Grasindo, 2017), hlm 134.

⁹I Made Darsana et al., *Strategi Pemasaran* (Bandung: CV. Intelektual Manifes Media, 2023), hlm 8.

penjualan bisa berbeda antara satu perusahaan dan perusahaan lainnya, bergantung pada produk, pasar, konsumen, dan tujuan perusahaan.¹⁰

Rumus mencari penjualan adalah sebagai berikut:

$\text{Penjualan} = \text{Harga Jual} \times \text{Jumlah Unit Terjual}^{11}$

Menurut perspektif islam tujuan dari penjualan adalah menjual dari apa yang telah dihasilkan. Seperti pada Q.S An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.¹²

3. Biaya Produksi

Dalam mengelola perusahaan, pengusaha tentu mempertimbangkan harga input untuk mendukung proses produksi barang dan jasa dari mulai produksi, distribusi sampai dengan penjualan hasil produksi kepada konsumen. Tujuannya sematamata agar segala proses produksi berjalan efektif dan efisien, sehingga perusahaan

¹⁰Elvie Mulia, *Power Sales- Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjualan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), hlm 106.

¹¹Susanti Widhiastuti, *Ikhtisar Akuntansi Biaya 2* (Jakarta: Anugrah Surya Abadi, 2016).

¹²“Al Qur’an Dan Terjemahannya,” *Qur’an Nu*, N.D., <https://Quran.Nu.Or.Id/An-Nisa/29>.

dapat memperoleh profit yang ditargetkan. Maka dibutuhkan pengelolaan serta analisis biaya produksi, yang akurat agar perusahaan dapat mencapai tujuannya.

Dalam operasional perusahaan, biaya produksi merupakan komponen yang utama untuk dianalisis. Biaya produksi adalah semua pengeluaran perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan barang-barang produksi oleh perusahaan tersebut. Untuk analisis biaya produksi perlu diperhatikan dua jangka waktu, yaitu (1) jangka panjang, yaitu jangka waktu di mana semua faktor produksi dapat mengalami perubahan dan (2) jangka pendek, yaitu jangka waktu dimana sebagian faktor produksi dapat berubah dan sebagian lainnya tidak dapat berubah.¹³

Secara garis besar biaya produksi mempunyai elemen-elemen, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku yaitu harga pokok bahan baku yang dipakai dalam proses produksi, bahan baku adalah kegiatan mendominasi atau bagian terbesar dalam produksi barang jadi dan memiliki nilai yang relatif besar dari biaya bahan baku tidak langsung.

Perlu dipahami bahwa unit satuan yang dipakai untuk bahan baku berbeda dengan unit satuan barang jadi. Sebagai contoh dalam barang

¹³Vadilla Mutia Zahara And Cep Jandi Anwar, *Mikro Ekonomi (Sebuah Pengantar)* (Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2021), hlm 118.

jadi sepatu kulit digunakan satuannya dalam pasang karena ada di sebelah kiri dan kanan, sedangkan satuan bahan baku langsungnya berupa kulit adalah meter. Perbedaan satuan barang jadi dengan satuan barang baku langsung maka bahan baku langsung yang dipakai atau dibutuhkan untuk memproduksi satu unit barang jadi belum tentu sama unit juga.¹⁴

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja dibedakan menjadi tiga golongan yaitu tenaga kerja kasar, tenaga kerja terampil dan tenaga kerja terdidik. Tenaga kerja kasar adalah tenaga kerja yang tidak berpendidikan atau rendah pendidikannya dan tidak memiliki keahlian dalam suatu bidang pekerjaan. Tenaga kerja terampil adalah tenaga kerja yang memiliki keahlian dari pelatihan atau pengalaman kerja. Sedangkan tenaga kerja terdidik adalah tenaga kerja yang memiliki pendidikan cukup tinggi dan ahli dalam bidang tertentu.

Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga pekerja tersebut. Biaya tenaga kerja adalah semua biaya yang menyangkut gaji dan upah seluruh pekerja yang secara praktis dapat diidentifikasi. Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa (tekan prestasi) yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Sesuai dengan fungsi di mana karyawan bekerja, biaya tenaga kerja dapat digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja pabrik

¹⁴Baru Harahap And Tuniko, *Akuntansi Biaya* (Batam: Cv Batam Publisher, 2020), hlm. 2.

atau produksi, biaya tenaga kerja pemasaran, biaya tenaga kerja administrasi dan umum. Biaya tenaga kerja untuk fungsi produksi dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a) Biaya tenaga kerja langsung, yaitu semua balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.
- b) Biaya tenaga kerja tidak langsung, yaitu semua balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.¹⁵

Rumus untuk mencari biaya produksi adalah sebagai berikut:

$\text{Biaya produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead}$
--

Tujuan produksi dalam perspektif islam adalah mengembangkan produk sehingga memudahkan terwujudnya keperluan manusia. Seperti pada Q.S Al-Anbiya ayat 80 yang berbunyi:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

¹⁵Baru Harahap And Argo Putra Prima, "Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Factory Overhead Cost Terhadap Peningkatan Hasil Produksi Pada Perusahaan Kecil Industri Tahu Tempe Di Kota Batam," *Jurnal Akuntansi Bareleng* 4, No. 1 (November 30, 2019): 12–20, <https://doi.org/10.33884/Jab.V4i1.1476>.

Artinya: Dan kami ajarkan pula kepada daud cara membuat baju besi untukmu, guna melindungi kamu dalam peperanganmu. Apakah kamu bersyukur.¹⁶

Pada ayat di atas Allah telah menyebutkan karunia yang diberikan kepada nabi Daud a.s yakni berupa pengetahuan dan keterampilan. Oleh karenanya Allah memperingatkan kita untuk senantiasa mensyukuri karunia yang telah Allah berikan.

4. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh konsumen dan menyediakan barang jadi kepada konsumen. Biaya pemasaran merupakan biaya yang digunakan untuk memasarkan suatu produk, mulai dari persiapan barang untuk dijual kepada pelanggan sampai dengan pascajual, biaya ini berhubungan dengan kegiatan pemasaran.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dibebankan di dalam penjualan suatu barang atau jasa mulai dari keluarnya barang dari gudang sampai ke tangan pembeli. Jadi dapat disimpulkan biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan pemasaran baik pada saat persiapan barang sampai dengan pascajual.¹⁷

¹⁶“Al Qur’an Dan Terjemahannya,” *Qur’an Nu*, N.D., <https://Quran.Nu.Or.Id/Al-Anbiya/80>.

¹⁷Septi Nurawaliah, Sutrisno Sutrisno, And Risma Nurmilah, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (Cv. Nj Food Industries),” *Jurnal Proaksi* 7, No. 2 (September 8, 2020): 135–50, <https://doi.org/10.32534/jpk.v7i2.1284>.

Konsep pemasaran berpendapat bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung kepada pemahaman atau kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan seberapa mampu perusahaan memenuhinya dengan cara yang lebih efektif dan efisien dibanding para pesaing.¹⁸

Rumus untuk mencari biaya pemasaran adalah sebagai berikut:

$\text{Biaya Pemasaran} = \text{Biaya Promosi} + \text{Biaya Penjualan} + \text{Biaya Pergudangan} + \text{Biaya Administrasi Pemasaran}^{19}$
--

Dalam perspektif islam pemasaran dapat ditafsirkan dalam Q.S Ali

Imran ayat 159 yang berbunyi :

بِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : Maka berkat rahmat Allah engkau berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu karena itu maafkanlah mereka dan memohon ampunlah untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakkal.²⁰

Ayat diatas menjelaskan tentang melayani dengan rendah hati.

Dari ayat ini dapat ditarik kesimpulan ketika sedang memasarkan produk

¹⁸Marissa Grace et al., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021). hlm 35.

¹⁹Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2012), 488–93.

²⁰“Al Qur’an Dan Terjemahannya,” *Qur’an Nu*, N.D., <https://Quran.Nu.Or.Id/Ali-Imran/159>.

sudah selayaknya melayani dengan lemah lembut agar nasabah juga dapat tertarik terhadap produk kita.

Secara garis besar biaya pemasaran dapat dibagi menjadi dua golongan:

- 1) Biaya untuk mendapatkan pesanan (order- getting costs). Merupakan semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan, biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya gaji wiraniaga (salesperson), komisi penjualan, advertensi, dan biaya promosi.
- 2) Biaya untuk memenuhi pesanan (orderfilling costs), yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ketangan pembeli dan biaya untuk mengumpulkan uang dari pembeli. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya pergudangan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biayaangkut dan biaya penagihan.²¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

²¹Irpan Januarsah Et Al., “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada Pt Pp London Sumatera Indonesia,Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” *Financial: Jurnal Akuntansi* 5, No. 1 (September 12, 2019): 32–39, <https://doi.org/10.37403/Financial.V5i1.90>.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Afiansyah, Dkk, (Jurnal EMBA Vol.11, No.3, 2023)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI 2018-2020).	Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. ²²
2	Andri, Dkk, (Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, Vol.2, No.7, 2018)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Administrasi Umum, dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.	Produksi dan Biaya Pemasaran berpengaruh negatif terhadap laba bersih. ²³
3	Endang, (MANNERS, Vol .2, No. 1, 2019)	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2017).	Secara simultan hasil penelitian ini menunjukkan Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih. ²⁴
4	Septi, Dkk, (Jurnal Proaksi Vol.2 No.2, 2020	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap	Biaya Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan

²²Afiansyah Makalalag, Ventje Ilat, And Stanley Kho Walandouw, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran Dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2020),” *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, No. 3 (July 11, 2023): 71–81, <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i3.49129>.

²³Andri Hasmoro Kusumo Broto, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Administrasi Umum, Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” *Jurnal Ekomaks : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 7, No. 2 (January 18, 2019): 83–88, <https://doi.org/10.33319/Jeko.V7i2.7>.

²⁴Endang Susilawati, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Rokok Pt Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2017),” *Manners (Management And Entrepreneurship Journal)* 2, No. 1 (2019).

		Laba Bersih (CV.NJ Food Industries)	terhadap laba bersih. ²⁵
5	Mesta, Dkk, (Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan, Vol.3 No.2, 2018)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih	Biaya Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. ²⁶
6	Antonius, Dkk, (Jurnal Bisnis Kolega, Vol.5, No.6, 2019)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada PT Sumatera Hakarindo Medan	Biaya Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba dan Biaya Produksi berpengaruh negatif terhadap laba. ²⁷
7	Bakti, (Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, Vol.3, No.1, 2020)	Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan terhadap Laba Perusahaan: Studi Kasus pada PT Granitoguna BC	Berdasarkan hasil uji simultan diperoleh kesimpulan secara umum bahwa variabel bebas biaya pemasaran pengaruh secara positif namun signifikan sedangkan omzet penjualan memberi pengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap perubahan variabel terikat laba perusahaan. ²⁸
8	Yunita, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali	Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih	Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih

²⁵Nurawaliah, Sutrisno, And Nurmilah, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (Cv. Nj Food Industries)."

²⁶Mesta Sembiring And Siti Aisyah Siregar, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih."

²⁷Free Antonius Simanjuntak Et Al., "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Pt Sumatera Hakarindo Medan," *Jurnal Bisnis Kolega* 5, No. 6 (2019).

²⁸Bakti Toni Endaryono And Prasetio Ariwibowo, "Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Studi Kasus Pt Granitoguna Bc," *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 3, No. 1 (2021).

	Hasan AhmadaAddary Padangsidimpuan, 2023)	Pada PT Bangun Solusi Indonesia Tbk Tahun 2014-2021	dan Penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih. ²⁹
--	---	---	---

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, berikut ini persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini:

- a. Alfiansyah 2023, Persamaan penelitian ini dengan penelitian Alfiansyah adalah sama-sama menggunakan biaya produksi dan biaya pemasaran dengan laba bersih, Kemudian perbedaannya terdapat pada variabel lainnya yaitu, penelitian ini menggunakan variabel penjualan, sedangkan penelitian terdahulunya menggunakan biaya kualitas.
- b. Andri 2018, Persamaan penelitian ini dengan penelitian Alfiansyah adalah sama-sama menggunakan biaya produksi dan biaya pemasaran dengan laba bersih, Kemudian perbedaannya terdapat pada variabel lainnya yaitu, penelitian ini menggunakan variabel penjualan, sedangkan penelitian terdahulunya menggunakan biaya administrasi.
- c. Endang 2020, Persamaan penelitian ini dengan penelitian Alfiansyah adalah sama-sama menggunakan biaya produksi dan biaya pemasaran dengan laba bersih, Kemudian perbedaannya terdapat pada lokasi penelitiannya yaitu, penelitian ini meneliti di PT Matahari Department Store Tbk sedangkan penelitian sebelumnya meneliti di PT Gudang Garam Tbk, kemudian perbedaan lainnya juga penelitian ini menggunakan tiga variabel X yaitu Penjualan.

²⁹“Yunita Sari, Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Pt Bangun Solusi Indonesia Tbk Tahun 2014-2021, Skripsi, (Padangsidimpuan Uin Syahada, 2023),Hlm. 77..Pdf,” N.D.

- d. Septi, dkk 2020, Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama memiliki variabel biaya produksi dan biaya pemasaran dengan lababersih. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian dimana peneliti mengambil PT Matahari Department Store Tbk sebagai penelitian, Sedangkan penelitian terdahulu ini mengambil tempat pada perusahaan CV.NJ Food Industries, kemudian perbedaan lainnya juga penelitian ini menggunakan tiga variabel X yaitu Penjualan.
- e. Mesta, dkk 2020, Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama memiliki variabel biaya produksi dan biaya pemasaran dengan laba bersih. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu ini mengangkat volume penjualan sebagai variabel intervening.
- f. Antonius, dkk 2019, Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama memiliki variabel biaya produksi dan biaya pemasaran dengan laba bersih. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian dimana peneliti mengambil PT Matahari Department Store Tbk sebagai penelitian, Sedangkan penelitian terdahulu ini mengambil tempat pada perusahaan Pada PT Sumatera Hakarindo Medan, kemudian perbedaan lainnya juga penelitian ini menggunakan tiga variabel X yaitu Penjualan.
- g. Bakti 2020, Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama memiliki variabel biaya pemasaran dan penjualan dengan laba bersih. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian dimana peneliti mengambil PT Matahari Department Store Tbk sebagai penelitian,

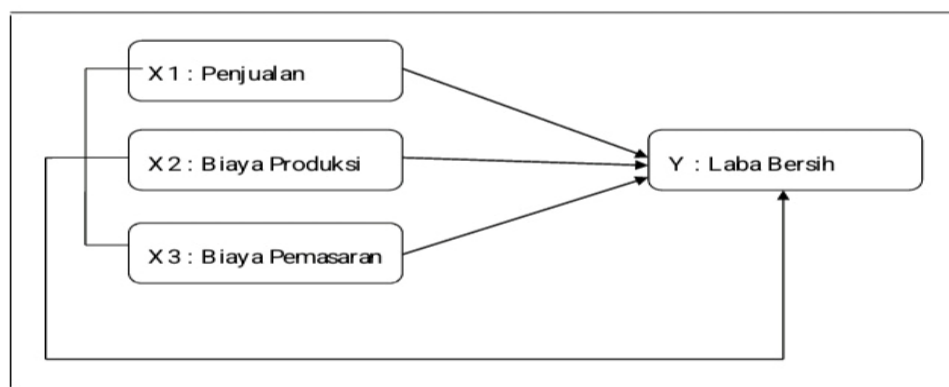
Sedangkan penelitian terdahulu ini mengambil tempat pada perusahaan Pada PT Granitoguna BC, kemudian perbedaan lainnya juga penelitian ini menggunakan tiga variabel X yaitu biaya produksi.

- h. Yunita 2023, Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama memiliki variabel biaya produksi dan penjualan dengan laba bersih. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian dimana peneliti mengambil PT Matahari Department Store Tbk sebagai penelitian, Sedangkan penelitian terdahulu ini mengambil tempat pada perusahaan Pada PT Bangun Sosial Indonesia Tbk, kemudian perbedaan lainnya juga penelitian ini menggunakan tiga variabel X yaitu biaya pemasaran.

C. Kerangka Pikir

Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah penjualan (X1), biaya produksi (X2), biaya pemasaran (X3). Variabel terikat (dependen) adalah laba perusahaan (Y). Kerangka pikir ini dibuat untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap permasalahan yang dibahas, maka dari itu kerangka pikir dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan dalam suatu penelitian. Hipotesis merupakan pernyataan yang menunjukkan hubungan antara variabel dalam tingkat yang konkret dan empiris yang menghubungkan teori dengan realitas sehingga melalui hipotesis memungkinkan dilakukan pengujian atas teori bahkan membantu pelaksanaan pengumpulan data yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian.³⁰

Berdasarkan paparan kerangka pemikiran dan permasalahan di atas, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh antara penjualan terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk.

H2: Terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk.

H3: Terdapat pengaruh antara biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk.

H4: Secara simultan terdapat pengaruh antara penjualan, biaya produksi, dan biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT Matahari Department Store Tbk.

³⁰Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 3.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Matahari Department Store Tbk dengan data yang dipublikasikan PT. Matahari Department Store Tbk dengan website <http://www.matahari.com/>. Adapun waktu penelitian dimulai dari Desember 2024 sampai dengan April 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.¹

Dimana ini akan menjelaskan hubungan atau pengaruh diantara dua variabel ataupun lebih. Pada penelitian ini akan menjelaskan pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih pada perusahaan PT Matahari Department Store Tbk.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti, baik berupa orang, benda, kejadian, nilai maupun hal-hal yang terjadi. Secara sederhana populasi adalah semua subjek atau objek sasaran penelitian.²Adapun

¹Budi Gautama Siregar And Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: Cv Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 51.

²Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, And Taofan Ali Achmadi, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2020), hlm. 32.

populasi pada penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk tahun 2016-2023 yaitu selama 8 tahun, sehingga jumlah populasi yang diperoleh sebanyak 32.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut. Dengan kata lain sampel merupakan bagian daripada populasi.³ Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh populasi selama 8 tahun, dari 2016-2023 yang dihitung pertriwulan, yaitu sebanyak 32 sampel, karena penelitian ini menggunakan seluruh populasinya menjadi sampel, atau bisa dikatakan menggunakan sampel jenuh.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder disini yaitu mengumpulkan data-data laporan keuangan publikasi yang terdaftar pada perusahaan PT Matahari Department Store Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Serta jurnal-jurnal dan buku-buku yang terkait dengan penjualan, biaya produksi, biaya pemasaran dan laba bersih.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Studi pustaka adalah metode yang dilakukan dengan membaca, memahami dan mengolah dan referensi

³Murni Daulay, *Metode Penelitian Ekonomi* (Medan: Usu Pers, 2010), hlm. 70.

yang berhubungan dengan topik penelitian dengan cara mempelajari buku yang berkaitan dengan penelitian, membaca jurnal, artikel yang berkaitan dan penelitian terdahulu. Studi dokumentasi adalah dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji suatu data seperti catatancatatan dan dokumen perusahaan. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan data sekunder berupa laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Data diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif memiliki delapan jenis. Seluruh teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis statistik ataupun menggunakan aplikasi statistik. Penentuan teknik analisis data disesuaikan dengan tujuan penelitian dan kesesuaian di dalam menjawab isu atau fenomena yang akan dijawab dalam penelitian kuantitatif.

Jenis teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk menggambarkan dan meringkas data secara numerik. Jenis pengukuran data yang ada di dalam statistik deskriptif merupakan ukuran pemusatan seperti rata-rata, median, dan modus. Selain itu, analisis statistik deskriptif

dapat digunakan untuk mengetahui ukuran penyebaran data melalui pengukuran varians dan simpangan baku atau standar deviasi.⁴

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik (Classical Assumptions Test) adalah serangkaian uji statistik yang dilakukan untuk memeriksa apakah data yang digunakan dalam analisis regresi linear memenuhi asumsi klasik. Asumsi klasik adalah serangkaian syarat yang harus dipenuhi agar hasil analisis regresi linear dapat diinterpretasikan secara benar. Adapun lima asumsi klasik yang umumnya diperiksa dalam analisis regresi linear adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah data yang diamati mengikuti distribusi normal atau tidak. Ini penting karena banyak analisis statistik yang membutuhkan asumsi data yang terdistribusi normal.

Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah jika $\text{sig} > 0,05$ maka data terdistribusi normal, namun jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah ada ketidakkonsistenan varian (heteroskedastisitas) dalam data. Heteroskedastisitas terjadi ketika

⁴Dompak Pasaribu Et Al., *Metodologi Penelitian Akuntansi Dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif* (Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 125.

varians dari variabel tergantung tidak konstan di seluruh rentang nilai variabel independen.

Adapun kriteria spearman rank, yaitu jika signifikansi dari variabel bebas lebih besar dari 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika signifikansi dari variabel bebas lebih kecil dari 0,05 berarti terjadi heteroskedastisitas.⁵

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah metode statistik yang digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas terjadi ketika terdapat hubungan linier kuat atau sangat dekat antara variabel independen dalam model.

Untuk mendeteksi apakah model regresi linier mengalami multikolinieritas, dapat dilihat nilai tolerance dan VIF, yaitu jika nilai tolerance $> 0,05$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji dan jika nilai tolerance $< 0,05$ maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Serta jika nilai VIF < 5 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji dan jika nilai VIF > 5 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.⁶

⁵Murni Daulay, *Metode Penelitian Ekonomi* (Medan: USU Pers, 2010). hlm 56.

⁶Dompok Pasaribu et al., *Metodologi Penelitian Akuntansi Dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif* (Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2020), hlm 209.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi, juga dikenal sebagai uji dependensi serial, adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji keberadaan korelasi antara nilai-nilai berurutan dalam suatu rangkaian data atau residual model regresi. Autokorelasi terjadi ketika ada hubungan linier antara nilai-nilai terdahulu atau terdekat dalam rangkaian data.

Adapun kriterianya adalah dengan menggunakan ketentuan bahwa jika $DL < DW < DU$ artinya tidak terjadi autokorelasi,⁷

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis dalam penelitian kuantitatif. Teknik pengukurannya menggunakan statistik inferensial untuk membandingkan antar sampel dengan hipotesis nol sehingga menghasilkan kesimpulan apakah terdapat perbedaan atau hubungan yang signifikan antara variabel.

a. Uji-t (Test-t)

Uji-t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji-t adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau keabsahan hipotesis yang menyatakan bahwa di antara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

Adapun kriteria pengujinya adalah:

⁷Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: KENCANA, 2017). hlm 38.

- 1) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya.

Kriteria keputusannya sebagai berikut apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ atau $F\text{-statistik} < F_{\text{tabel}}$ berarti ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan apabila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ atau $F\text{-statistik} > F_{\text{tabel}}$ maka ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka

untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya.⁸

⁸Karimuddin Abdullah Et Al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), hlm. 125.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT Matahari Department Store Tbk

1. Profil PT Matahari Department Store Tbk

PT Matahari Department Store ialah anak perusahaan dari Lippo Group yang dikenal dengan bisnis retailnya. Dengan perjalanan usaha selama 60 tahun, Matahari selalu menyediakan berbagai macam fashion dengan tren populer pada kategori pakaian, produk kecantikan dan barang kebutuhan rumah tangga. Produk-produknya juga ditawarkan melalui gerai modern online.

PT Matahari Department Store Tbk (LPFF) mulai mencetak sejarahnya di tahun 1958 sebagai toko Matahari di Pasar Baru, Jakarta yang didirikan oleh Bapak Hari Darmawan. Beliau terkenal akan reputasi dan pengamalannya di pasar domestik maupun internasional. Sehingga, dihormati dalam industri ritel.¹

Perusahaan yang berkedudukan di Jakarta ini telah dibuat oleh bapak Hari Darmawan pada tanggal 11 Maret 1986 berdasarkan akta No. 30 yang dibuat dihadapan notaris dan telah disetujui oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia. Berdasarkan surat keputusan No. C2.5238.HT.01-01.TH.86. tanggal 26 Juli 1986 didaftarkan di kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dibawah No. 1745/1986 tanggal 27 Agustus tahun 1986 dan diumumkan pada berita

¹Minsya, "Pt Matahari Department Store Tbk (Lpff) Profil Dan Sejarahnya," *Syariah Saham*, Agustus 2023, <https://Syariahsaham.Id/Pt-Matahari-Department-Store-Tbk-Lpff/>.

Negara Republik Indonesia No. 73 tanggal 10 September 1991 tambahan No 2954, pada saat didirikan pemegang saham perseroan terdiri dari Hary Darmawan dengan jumlah nominal saham sebesar Rp. 190.000.000 dan Susah Darmawan dengan nominal jumlah saham Rp. 10.000.000.

Matahari grup terdiri dari perusahaan-perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh bapak Hari Darmawan beserta keluarga baik secara langsung maupun tidak langsung. Toko matahari pertama kali berada di Ujung Pandang adalah Matahari Maksi Mall yang dibuka pada tanggal 29 September 1994 yang merupakan toko yang ke 87 pada tanggal 27 Februari 1996 Matahari Plaza Maricaya pun dibuka namun akhirnya ditutup. Setelah itu dibuka Matahari Mall Panakukang, Matahari Mall GTC dan terbaru adalah Matahari New Generation Mall Ratu Indah pada tanggal 19 Desember tahun 2008.

Saat ini, Matahari mengoperasikan 155 gerai di sekitar 82 kota di seluruh Indonesia serta hadir secara daring di matahari.com, platform perdagangan berbasis obrolan “Shop & Talk”, dan pasar pihak ketiga. Kehadiran Matahari didukung oleh lebih dari 30.000 staf dan tenaga penjualan, serta 600 pemasok lokal.

Perusahaan ini telah meraih sejumlah penghargaan di tingkat nasional dan internasional, seperti TrenAsia ESG Awards 2023, Fashion Retail of The Year 2023 oleh HIPINDO, Top 50 Mid Capitalization Public Listed Company 2023 oleh IICD, Top 100 Most Valuable Brand oleh Brand Finance, Most Improved Investor Relations, dan Top 5 Best

Senior Management IR Support in 2022 oleh Alpha Southeast Asia. Pengakuan lainnya termasuk dinobatkan sebagai Top 10 CSR Donor oleh Bursa Efek Indonesia, Best Non-Financial Sector, dan Top 10 Mid-Cap Issuers di ASEAN Corporate Governance Awards 2022, Top Digital Company & Best Excellent Service Experience Index Award 2022 oleh Majalah Marketing, Top 50 Most Valuable Brand Awards 2021 oleh Brand Finance Indonesia, dan Top 500 Retail Asia Pacific oleh Retail Asia, Euromonitor & KPMG. Matahari juga diakui sebagai salah satu dari 3 Merek Ritel Paling Berpengaruh di Indonesia dalam ajang penghargaan Brand Asia 2018 oleh Nikkei BP Consulting, Inc., dan menerima WoW Brand Award 2019 – Gold Champion dari MarkPlus Inc. Selain itu, perusahaan ini juga memperoleh Stellar Workplace Award 2023 untuk Komitmen dan Kepuasan Karyawan, serta Indonesia Netizen's Brand Choice Award 2018 dari Warta Ekonomi. Penghargaan ini secara kolektif berkontribusi dan memperkuat reputasi Matahari sebagai perusahaan terkemuka, dinamis, dan tepercaya di Indonesia.²

2. Visi dan Misi PT Matahari Department Store Tbk

a. Visi PT Matahari Department Store Tbk

Mendukung masyarakat Indonesia untuk tampil memukau dan percaya diri.

²“About Matahari,” N.D., <https://www.matahari.com/corporate/about-us>.

b. Misi PT Matahari Department Store Tbk

Menyajikan koleksi gaya hidup yang terjangkau dan mudah diakses, untuk membawa kegembiraan bagi masyarakat Indonesia.³

3. Produk dan Layanan

Produk PT Matahari Department Store Tbk terdiri dari :

- Pakaian Wanita seperti dress, blus, rok, celana, outwear, jaket, pakaian formal, kasual, hingga pakaian pesta
- Pakaian Pria seperti kemeja, kaus, celana jeans, jaket, pakaian formal, pakaian kasual, serta aksesoris seperti dasi, topi, dan ikat pinggang
- Pakaian Anak-anak seperti pakaian bayi, balita, dan anak-anak
- Sepatu dan aksesoris seperti sneakers, boots, sandal, sepatu formal, tas, dompet, kacamata, perhiasan, jam tangan, dan ikat pinggang
- Produk kecantikan dan perawatan diri seperti foundation, lipstick, eyeshadow, skincare, dan parfum.
- Perlengkapan rumah tangga seperti handuk, sprei, koper, dan alat-alat rumah tangga lain.

Layanan PT Matahari Department Store Tbk:

- Program loyalty (Matahari Rewards), konsumen yang menjadi anggota Matahari Rewards mendapatkan poin setiap berbelanja
- Layanan pembayaran dan transaksi digital, Matahari menerima pembayaran menggunakan uang tunai, kartu debit/kredit, e-wallet (OVO, Gopay), dan Qris

³“About Matahari,” N.D., <https://www.matahari.com/corporate/about-us>.

- Belanja online, Matahari menyediakan platform belanja online di website dan aplikasi mobile
- Layanan Gift Card dan Voucher, Matahari menyediakan gift card atau voucher belanja yang dapat digunakan di seluruh cabang
- Program Diskon dan Promosi, Matahari sering mengadakan diskon regular seperti Mid-Year Sale atau End of Season Sale, serta promosi hari-hari besar.
- Layanan pengemasan hadiah, Matahari memberikan layanan bungkus kado untuk konsumen yang membeli produk sebagai hadiah.⁴

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Perkembangan Laba Bersih PT Matahari Department Store Tbk

Laba bersih adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. Laba bersih adalah keuntungan yang didapat perusahaan setelah mengurangi biaya-biaya dan pajak dari pendapatannya.

Berikut perkembangan laba bersih PT Matahari Department Store Tbk dari tahun 2016 sampai 2023.

Tabel 4.1

Perkembangan Laba Bersih PT Matahari Department Store Tbk

(Dalam Juta Rupiah)

Tahun	Triwulan	Laba Bersih
2016	I	Rp234.727
	II	Rp1.157.090
	III	Rp1.160.204
	IV	Rp2.019.706

⁴“Matahari,” N.D., <https://www.matahari.com/>.

2017	I	Rp244.177
	II	Rp1.338.086
	III	Rp1.504.938
	IV	Rp1.907.077
2018	I	Rp246.739
	II	Rp1.334.808
	III	Rp1.495.756
	IV	Rp1.097.332
2019	I	Rp142.510
	II	Rp1.161.967
	III	Rp1.495.756
	IV	Rp1.336.884
2020	I	Rp93.954
	II	Rp357.869
	III	Rp616.608
	IV	Rp873.181
2021	I	Rp95.360
	II	Rp532.482
	III	Rp438.694
	IV	Rp912.854
2022	I	Rp145.047
	II	Rp918.370
	III	Rp1.054.112
	IV	Rp1.383.222
2023	I	Rp101.276
	II	Rp683.873
	III	Rp630.517
	IV	Rp675.360

Berdasarkan tabel diatas, pada tahun 2016 triwulan I laba bersih PT Matahari Department Store Tbk sebesar Rp853.921 Juta dan meningkat sebesar Rp1.824.558 pada triwulan ke II, kemudian naik sebesar Rp2.732.792 pada triwulan ke III, dan Rp3.677.856 pada triwulan ke IV. Akan tetapi pada triwulan pertama tahun 2017 terjadi penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar Rp888.212 kemudian mengalami kenaikan yang lumayan pada triwulan kedua yaitu sebesar Rp1.979.597

dan pada triwulan ke III dan IV mengalami kenaikan masing-masing sebesar Rp2.893.393 dan Rp3.885.277. Kemudian pada tahun 2018 triwulan pertama juga mengalami penurunan sebesar Rp920.410 tetapi kemudian pada triwulan ke II, III, dan IV laba bersih naik masing-masing sebesar Rp2.063.549, Rp3.013.738, dan Rp4.811.218. Di triwulan pertama tahun 2019 laba bersih mengalami penurunan yang signifikan dari Rp 4.811.218 menjadi Rp1.011.445 tetapi pada triwulan berikutnya meningkat sebesar Rp2.244.869 begitupun pada triwulan ke III dan IV meningkat sebesar Rp3.221.846 dan Rp4.363.739.

Pada tahun 2020 triwulan I laba bersih PT Matahari Department Store Tbk menurun menjadi sebesar Rp953.092 dan meningkat pada triwulan II sampai IV yaitu sebesar Rp1.643.365, Rp2.526.759 dan Rp 3.700.389. Namun pada triwulan pertama tahun 2021 mengalami penurunan yang signifikan menjadi sebesar Rp759.113 kemudian meningkat kembali sebesar Rp 1.550.045 pada triwulan ke II kemudian sebesar Rp 2.031.070 dan Rp 2.457.086 pada triwulan III dan IV. Di tahun 2022 awal mengalami penurunan drastis menjadi sebesar Rp619.541 pada triwulan I, kemudian meningkat kembali pada triwulan ke II sampai IV yaitu masing-masing sebesar Rp1.307.684, Rp1.895.272 dan Rp 2.553.111. Kemudian pada tahun 2023 triwulan I mengalami penurunan menjadi sebesar Rp771.606 dan meningkat kembali pada triwulan II hingga IV sebesar Rp1.604.691, Rp2.306.334 dan Rp3.137.524.

2. Perkembangan Penjualan PT Matahari Department Store Tbk

Penjualan adalah kegiatan jual beli yang melibatkan pertukaran barang atau jasa dengan uang. Penjualan merupakan bagian penting dari dunia bisnis karena menjadi sumber pendapatan perusahaan.

Berikut perkembangan Penjualan PT Matahari Department Store Tbk dari tahun 2016 sampai 2023.

Tabel 4.2
Perkembangan Penjualan PT Matahari Department Store Tbk
(Dalam Juta Rupiah)

Tahun	Triwulan	Penjualan
2016	I	Rp1.861.726
	II	Rp5.179.614
	III	Rp7.522.175
	IV	Rp9.897.046
2017	I	Rp1.815.523
	II	Rp5.737.042
	III	Rp7.547.490
	IV	Rp10.023.916
2018	I	Rp 1.961.552
	II	Rp 5.915.413
	III	Rp 7.777.764
	IV	Rp10.245.173
2019	I	Rp 1.927.379
	II	Rp 5.950.332
	III	Rp 7.829.844
	IV	Rp10.276.431
2020	I	Rp 1.549.172
	II	Rp 2.253.147
	III	Rp 3.328.419
	IV	Rp 4.839.058
2021	I	Rp1.162.246
	II	Rp 3.569.837
	III	Rp 4.084.782
	IV	Rp5.585.975
2022	I	Rp1.287.260

2023	II	Rp3.761.669
	III	Rp4.964.474
	IV	Rp6.454.583
	I	Rp1.443.290
	II	Rp3.851.742
	III	Rp4.980.010
	IV	Rp6.538.586

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2016 triwulan I penjualan PT Matahari Department Store Tbk adalah senilai Rp1.861.726 kemudian meningkat sebesar 178,2% dan pada triwulan berikutnya sebesar 31% dan triwulan ke IV sebesar 23,9% dengan nilai masing-masing sebesar Rp5.179.614, Rp7.522.175 dan Rp9.897.046. Kemudian pada tahun 2017 mengalami penurunan signifikan hingga 22,5% pada triwulan pertama dengan nilai Rp1.815.523 dan penjualan mengalami kenaikan sebesar 68,4%, 24% dan 24,7% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp5.737.042, Rp7.547.490 dan Rp10.023.916. Di tahun 2018 mengalami penurunan signifikan hingga 24,3% pada triwulan pertama dengan nilai Rp 1.961.552 dan mengalami kenaikan sebesar 66,8%, 23,9% dan 24,1% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp5.915.413, Rp7.777.764 dan Rp10.245.173. Dan pada tahun 2019 triwulan pertama mengalami penurunan sebesar 23,1% dengan nilai Rp1.927.379 pada triwulan II, III, dan IV mengalami kenaikan sebesar 67,1%, 24% dan 23,8% dengan masing-masing nilai penjualan sebesar Rp5.950.332, Rp7.829.844 dan Rp10.276.431.

Pada tahun 2020 triwulan I penjualan PT Matahari Department Store Tbk mengalami penurunan sebesar 17,7% yaitu senilai Rp1.549.172 kemudian meningkat sebesar 31,2% dan pada triwulan berikutnya sebesar 32,3% dan triwulan ke IV sebesar 31,2% dengan nilai masing-masing sebesar Rp2.253.147, Rp3.328.419 dan Rp4.839.058. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan signifikan hingga 31,6% pada triwulan pertama dengan nilai Rp1.162.246 dan penjualan mengalami kenaikan sebesar 67,4%, 12,6% dan 26,9% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp 3,569,837, Rp 4,084,782 dan Rp 5,585,975. Di tahun 2022 mengalami penurunan signifikan hingga 30% pada triwulan pertama dengan nilai Rp1.287.260 dan penjualan mengalami kenaikan sebesar 65,8%, 24,2% dan 23,1% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp3.761.669, Rp4.964.474 dan Rp6.454.583. Dan tahun 2023 mengalami penurunan signifikan hingga 28,8% pada triwulan pertama dengan nilai Rp1.443.290 dan penjualan mengalami kenaikan sebesar 62,5%, 22,7% dan 23,8% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp3.851.742, Rp4.980.010 dan Rp6.538.586.

3. Perkembangan Biaya Produksi PT Matahari Department Store Tbk

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang atau jasa, mulai dari pengolahan bahan baku sampai produk jadi. Biaya produksi merupakan komponen penting dalam menentukan harga jual produk.

Tabel 4.3
Perkembangan Biaya Produksi PT Matahari Department Store Tbk
(Dalam Juta Rupiah)

Tahun	Triwulan	Biaya Produksi
2016	I	Rp3.747.238
	II	Rp7.137.366
	III	Rp12.669.127
	IV	Rp15.952.047
2017	I	Rp3.910.471
	II	Rp7.877.631
	III	Rp12.763.905
	IV	Rp16.611.593
2018	I	Rp6.714.083
	II	Rp8.656.958
	III	Rp13.675.143
	IV	Rp17.262.331
2019	I	Rp4.156.438
	II	Rp10.184.279
	III	Rp13.981.070
	IV	Rp17.696.113
2020	I	Rp3.642.465
	II	Rp5.693.622
	III	Rp7.573.023
	IV	Rp9.450.230
2021	I	Rp1.771.518
	II	Rp6.068.629
	III	Rp6.750.790
	IV	Rp8.815.868
2022	I	Rp1.932.880
	II	Rp6.528.024
	III	Rp8.780.207
	IV	Rp11.016.960
2023	I	Rp2.698.776
	II	Rp7.390.056
	III	Rp9.439.520
	IV	Rp11.635.290

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2016 triwulan I biaya produksi PT Matahari Department Store Tbk adalah senilai Rp3.747.238 kemudian meningkat sebesar 47,5% dan pada triwulan berikutnya sebesar 43,7% dan triwulan ke IV sebesar 20,6% dengan nilai masing-masing sebesar Rp7.137.366, Rp12.669.127 dan Rp15.952.047. Kemudian pada tahun 2017 mengalami penurunan signifikan hingga 32,5% pada triwulan pertama dengan nilai Rp 3.910.471 dan penjualan mengalami kenaikan sebesar 50,4%, 38% dan 23,2% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp7.877.631, Rp12.763.905 dan Rp16.611.593. Di tahun 2018 mengalami penurunan signifikan hingga 67,8% pada triwulan pertama dengan nilai Rp6.714.083 dan mengalami kenaikan sebesar 22,4%, 37,7% dan 20,8% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp8.656.958, Rp13.675.143 dan Rp17.262.331. Dan pada tahun 2019 triwulan pertama mengalami penurunan sebesar 31,7% dengan nilaiRp4.156.438 pada triwulan II, III, dan IV mengalami kenaikan sebesar 59%, 27% dan 21% dengan masing-masing nilai biaya produksi sebesar Rp10.184.279, Rp13.981.070 dan Rp17.696.113.

Pada tahun 2020 triwulan I biaya produksi PT Matahari Department Store Tbk mengalami penurunan sebesar 26% yaitu senilai Rp3.642.465 kemudian meningkat sebesar 36% dan pada triwulan berikutnya sebesar 24,8% dan triwulan ke IV sebesar 19,7% dengan nilai masing-masing sebesar Rp5.693.622, Rp7.573.023 dan Rp9.450.230. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan signifikan hingga 23%

pada triwulan pertama dengan nilai Rp1.771.518 dan mengalami kenaikan sebesar 70,8%, 10% dan 23,4% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp6.068.629, Rp6.750.790 dan Rp8.815.868. Di tahun 2022 mengalami penurunan signifikan hingga 42,7% pada triwulan pertama dengan nilai Rp1.932.880 dan biaya produksi mengalami kenaikan sebesar 70%, 25,6% dan 20,3% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp6.528.024, Rp8.780.207 dan Rp11.016.960. Dan tahun 2023 mengalami penurunan signifikan hingga 32,4% pada triwulan pertama dengan nilai Rp2.698.000 18,8% pada triwulan II, III dan IV masing-masing senilai Rp7.390.056, Rp9.439.520 dan Rp11.635.290.

4. Perkembangan Biaya Pemasaran PT Matahari Department Store Tbk

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk mempromosikan dan mengiklankan produk atau layanan. Biaya ini dapat mencakup biaya iklan, promosi, angkut penjualan, gaji pemasaran, dan lain-lain.

Tabel 4.4

Perkembangan Biaya Pemasaran PT Matahari Department Store Tbk

(Dalam Juta Rupiah)

Tahun	Triwulan	Biaya Pemasaran
2016	I	Rp24.177
	II	Rp39.381
	III	Rp33.938
	IV	Rp64.339
2017	I	Rp45.064
	II	Rp93.119
	III	Rp50.630
	IV	Rp66.055

2018	I	Rp61.588
	II	Rp132.563
	III	Rp88.384
	IV	Rp105.418
2019	I	Rp105.892
	II	Rp150.766
	III	Rp102.660
	IV	Rp 108.841
2020	I	Rp110.042
	II	Rp 99.257
	III	Rp 99.594
	IV	Rp 89.999
2021	I	Rp86.681
	II	Rp95.903
	III	Rp85.244
	IV	Rp42.046
2022	I	Rp41.152
	II	Rp43.881
	III	Rp25.074
	IV	Rp27.411
2023	I	Rp29.719
	II	Rp 26.220
	III	Rp26.548
	IV	Rp 42.360

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2016 triwulan I biaya pemasaran PT Matahari Department Store Tbk adalah senilai Rp24.177 Juta kemudian meningkat sebesar 38,6% dan pada triwulan berikutnya menurun sebesar 16% dan triwulan ke IV meningkat sebesar 47,3% dengan nilai masing-masing sebesar Rp39.381, Rp33.938 dan Rp64.339. Kemudian pada tahun 2017 mengalami penurunan signifikan hingga 42,7% pada triwulan pertama dengan nilai Rp45.064 dan biaya pemasaran mengalami kenaikan sebesar 51,6% pada triwulan kedua kemudian turun drastis sebesar 84% pada triwulan ke III dan naik 23,3%

pada triwulan ke IV dengan masing-masing nilai sebesar Rp93.119, Rp50.630 dan Rp66.055. Di tahun 2018 mengalami penurunan hingga 7,2% pada triwulan pertama dengan nilai Rp 61,588 dan biaya pemasaran mengalami kenaikan sebesar 53,5% pada triwulan kedua kemudian turun drastis sebesar 50% pada triwulan ke III dan naik 16% pada triwulan ke IV dengan masing-masing nilai sebesar Rp132.563, Rp88.384 dan Rp105.418. Dan pada tahun 2019 triwulan pertama mengalami kenaikan tipis sebesar 0,04% dengan nilai Rp105.892 pada triwulan II mengalami kenaikan sebesar 29,7% kemudian turun kembali pada triwulan ke III sebesar 48% dan naik sebesar 5% pada triwulan ke IV dengan masing-masing nilai biayapemasaran sebesar Rp150.766, Rp102.660 dan Rp108.841.

Pada tahun 2020 triwulan I biaya pemasaran PT Matahari Department Store Tbk meningkat sebesar 1% yaitu senilai Rp110.042 kemudian menurun sebesar 10% pada triwulan ke II dan pada triwulan berikutnya meningkat sebesar 0,3% dan triwulan ke IV menurun sebesar 10,6% dengan nilai masing-masing sebesar Rp99.257, Rp99.594 dan Rp89.999. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan hingga 3,8% pada triwulan pertama dengan nilai Rp86.681 dan mengalami kenaikan sebesar 9,6% pada triwulan ke II dan mengalami penurunan kembali sebesar 12,5% dan 97,3% pada triwulan III dan IV masing-masing senilai Rp95.903, Rp85.244 dan Rp42.046. Di tahun 2022 mengalami penurunan hingga 2,1% pada triwulan pertama dengan nilai

Rp41.152 dan mengalami kenaikan sebesar 6% pada triwulan ke II dan mengalami penurunan kembali sebesar 75% pada triwulan ke III dan naik 8,6% pada triwulan IV masing-masing senilai Rp43.881, Rp25.074 dan Rp27.411. Dan tahun 2023 mengalami kenaikan hingga 7,7% pada triwulan pertama dengan nilai Rp29.719 kemudian turun sebesar 13,3% pada triwulan II dan naik sedikit pada triwulan ke III sebesar 1,2% dan pada triwulan ke IV naik sebesar 59,6% dengan masing-masing senilai Rp26.220, Rp26.548 dan Rp42.360.

C. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Uji Statistik Deskriptif

Berikut merupakan hasil dari uji statistik deskriptif terkait Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

Gambar 4.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penjualan	32	1162246	10276431	5035083,44	2828928,760
Biaya Produksi	32	1771518	17696113	8818239,09	4505349,267
Biaya Pemasaran	32	24177	150766	70123,31	35522,063
Laba Bersih	32	619541	4811218	2193846,94	1127364,912
Valid N (listwise)	32				

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

Berdasarkan hasil gambar 4.1 uji statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel penjualan dengan jumlah data (N) sebanyak 32 mempunyai mean 5.035.083,44 dengan nilai minimum 1.162.246 dan nilai maximum 10.276.431 serta standard deviation 2.828.928,760.

Uji statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel biaya produksi dengan jumlah data (N) sebanyak 32 mempunyai mean 8.818.239,09 dengan nilai minimum 1.771.518 dan nilai maximum 17.696.113 serta standard deviation 4.505.349,267.

Uji statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel biaya pemasaran dengan jumlah data (N) sebanyak 32 mempunyai mean 70.123,31 dengan nilai minimum 2 4.177 dan nilai maximum 150.766 serta standard deviation 35.522,063.

Uji statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel laba bersih dengan jumlah data (N) sebanyak 32 mempunyai mean 2.193.846,94 dengan nilai minimum 619.541 dan nilai maximum 4.811.218 serta standard deviation 1.127.364,912.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Berikut merupakan hasil dari uji normalitas terkait Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	228919,00613214
Most Extreme Differences	Absolute	,176
	Positive	,127
	Negative	-,176
Test Statistic		,176
Asymp. Sig. (2-tailed)		,123 ^c

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa hasil Uji normalitas dengan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai signifikan penjualan, biaya produksi, biaya pemasaran dan laba bersih sebesar $0,123 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi normalitas, artinya data penjualan, biaya produksi, biaya pemasaran dan laba bersih terdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Berikut merupakan hasil dari uji heterokedastisitas terkait Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	37099,880	49086,283		,456
	X1	,010	,029	,241	,733
	X2	,009	,018	,356	,615
	X3	,350	,495	,106	,486

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

Berdasarkan hasil gambar heteroskedastisitas 4.3 di atas diketahui jika $\text{sig} > 0,05$, yaitu variabel penjualan nilainya $0,733 > 0,05$, yaitu variabel biaya produksi nilainya $0,615 > 0,05$, variabel biaya pemasaran nilainya $0,486 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Berikut merupakan hasil dari uji multikolinearitas terkait Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

Gambar 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,450	2,257
	X2	,450	2,324
	X3	,975	1,026

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

Hasil uji multikolenearitas pada gambar 4.4 dapat diketahui bahwa tolerance untuk variabel penjualan adalah 0,450, biaya produksi adalah 0,450, dan biaya pemasaran adalah 0,975. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance dari variabel penjualan dan biaya produksi dan biaya pemasaran lebih besar $> 0,05$. Nilai VIF dari variabel penjualan 2,257, biaya produksi sebesar 2,324 dan biaya pemasaran sebesar 1,026. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari variabel penjualan dan biaya produksi dan biaya pemasaran lebih kecil < 5 . Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolenearitas antara variabel bebas.

d. Uji Autokolerasi

Berikut merupakan hasil dari uji autokolerasi terkait Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

Gambar 4.5
Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,912 ^a	,831	,813	240870,53817	1,820

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

Berdasarkan gambar 4.5 di atas dapat diketahui nilai Durbin Watson sebesar 1,820 dengan DL 1,243 dan DU 1,650. Berarti nilai

durbin watson berada pada posisi $1,243 < DW > 1,650$, yaitu $1,243 < 1,820 > 1,650$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokolerasi.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari:

a. Uji-t (Test-t)

Berikut merupakan hasil dari uji-t terkait Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

Gamabar 4.6
Hasil Uji Hipotesis Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	61585,026	122237,123		,504	,618
	Penjualan	,306	,072	1,553	4,239	,000
	Biaya Produksi	-,082	,045	-,665	-1,812	,081
	Biaya Pemasaran	-,293	1,234	-,019	-,237	,814

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial dapat disimpulkan bahwa:

1) Pengaruh penjualan terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t-hitung untuk variabel penjualan sebesar 4,239 dan untuk t-tabel diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (32-3-1) = 28$ hasil yang diperoleh dari t-tabel sebesar 2,048 yang artinya t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,239 >$

2,048), jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara penjualan terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

2) Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t-hitung untuk variabel biaya produksi sebesar -1,812 dan untuk t-tabel diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (32-3-1) = 28$ hasil yang diperoleh dari t-tabel sebesar 2,048 yang artinya t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-1,820 < 2,048$), jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

3) Pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t-hitung untuk variabel biayapemasaran sebesar -0,237 dan untuk t-tabel diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (32-3-1) = 28$ hasil yang diperoleh dari t-tabel sebesar 2,048 yang artinya t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-0.237 < 2,048$), jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya pemasaran terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

b. Uji F

Berikut merupakan hasil dari uji F terkait Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

Gambar 4.7
Hasil Uji Hipotesis Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7999020403411 ,714	3	2666340134470 ,571	45,957	,000 ^b
	Residual	1624521252424 ,288	28	58018616158,0 10		
	Total	9623541655836 ,002	31			

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) pada gambar 4.7 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F-hitung sebesar 45,957 dan F-tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1$ atau $df = 32 - 3 - 1 = 28$ yang diperoleh nilainya sebesar 4,180 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($45,957 > 4,180$). Artinya hipotesis diterima. Dan dapat disimpulkan bahwa secara simultan penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran terdapat pengaruh terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

c. Uji r^2 (Koefesien Determinasi)

Berikut merupakan hasil dari uji r^2 terkait Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada PT Matahari Department Store Tbk.

Gambar 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,912 ^a	,831	,813	240870,53817	1,820

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

Berdasarkan gambar 4.8 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diatas diperoleh di atas nilai Adjusted R Square 0,813 artinya kolerasi antara variabel penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih terjadi hubungan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap variabel laba bersih sebesar 0,813 atau (81,3%). Sisanya sebesar 0,187 atau (18,7%) dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis data (R^2) atau koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square 0,813 artinya kolerasi antara variabel penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih terjadi hubungan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel penjualan, biaya produksi dan

biaya pemasaran terhadap variabel laba bersih sebesar 0,813 atau (81,3%). Sisanya sebesar 0,187 atau (18,7%) dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selanjutnya hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikansi masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih PT Matahari Department Store Tbk

Penjualan merupakan salah satu indikator paling penting dalam sebuah perusahaan, karena penjualanlah yang dapat menghasilkan laba untuk sebuah perusahaan. Bila tingkat penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut besar, maka laba yang dihasilkan perusahaan itu pun akan besar pula sehingga perusahaan bertahan dalam persaingan bisnis dan dapat mengembangkan usahanya. Mereka harus dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, karena hal ini sangat diperlukan di dalam menghadapi persaingan usaha untuk itu perusahaan harus dapat menciptakan produk yang berkualitas tinggi.

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t-hitung untuk variabel penjualan sebesar 4,239 dan untuk t-tabel diperoleh dari rumus $df = (n - k - 1)$, $df = (32 - 3 - 1) = 28$ hasil yang diperoleh dari t-tabel sebesar 2,048 yang artinya t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,239 > 2,048$), jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara penjualan terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asep Sepulloh Akbar dan Wati Aris Astuti pada tahun 2017 terkait Pengaruh Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Sub Sektor Otomotif Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia BEI Tahun 2011-2016), yang mengatakan bahwa Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada Perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2016, dimana ketika penjualan meningkat maka laba bersih akan ikut meningkat, sedangkan ketika penjualan menurun maka laba bersih akan ikut menurun.

Sesuai hasil penelitian, terdapat pengaruh antara penjualan terhadap laba bersih PT. Matahari Department Store Tbk. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak mengoptimalkan penjualan produk mengakibatkan penjualan produk PT. Matahari Department Store Tbk tidak mampu bersaing dengan produk perusahaan sejenis sehingga PT. Matahari Department Store Tbk tidak mampu menghasilkan laba bersih semaksimal mungkin.

2. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih PT. Matahari Department Store Tbk

Biaya produksi adalah semua pengeluaran perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan barang-barang produksi oleh perusahaan tersebut. Dalam mengelola perusahaan, pengusaha tentu mempertimbangkan harga input

untuk mendukung proses produksi barang dan jasa dari mulai produksi, distribusi sampai dengan penjualan hasil produksi kepada konsumen. Tujuannya sematamata agar segala proses produksi berjalan efektif dan efisien, sehingga perusahaan dapat memperoleh profit yang ditargetkan. Maka dibutuhkan pengelolaan serta analisis biaya produksi, yang akurat agar perusahaan dapat mencapai tujuannya.

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t-hitung untuk variabel biaya produksi sebesar -1,812 dan untuk t-tabel diperoleh dari rumus $df = (n - k - 1)$, $df = (32 - 3 - 1) = 28$ hasil yang diperoleh dari t-tabel sebesar 2,048 yang artinya t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-1,820 < 2,048$), jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mesta Sembiring & Siti Aisyah Siregar pada tahun 2018 dengan judul pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih. Artinya peningkatan biaya produksi dapat meningkatkan laba bersih perusahaan.

Sesuai hasil penelitian hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

3. Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih PT Matahari Department Store Tbk

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh konsumen dan menyediakan barang jadi kepada konsumen. Biaya pemasaran merupakan biaya yang digunakan untuk memasarkan suatu produk, mulai dari persiapan barang untuk dijual kepada pelanggan sampai dengan pascajual, biaya ini berhubungan dengan kegiatan pemasaran.

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t-hitung untuk variabel biayapemasaran sebesar -0,237 dan untuk t-tabel diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (32-3-1) = 28$ hasil yang diperoleh dari t-tabel sebesar 2,048 yang artinya t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-0.237 < 2,048$), jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya pemasaran terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Irpan Januarsah pada tahun 2019 yang berjudul Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada Pt Pp London Sumatera Indonesia,Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, bahwa biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Sesuai hasil penelitian, biaya pemasaran tidak terdapat pengaruh terhadap laba bersih PT. Matahari Department Store Tbk. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak mengoptimalkan biaya pemasaran mengakibatkan PT. Matahari Department Store Tbk tidak mampu

bersaing dengan produk perusahaan sejenis sehingga PT. Matahari Department Store Tbk tidak mampu menghasilkan laba bersih semaksimal mungkin.

4. Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih PT Matahari Department Store Tbk

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) pada gambar 4.7 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F-hitung sebesar 45,957 dan F-tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $df = 32-3-1 = 28$ yang diperoleh nilainya sebesar 4,180 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($45,957 > 4,180$). Artinya hipotesis diterima. Dan dapat disimpulkan bahwa secara simultan penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran terdapat pengaruh terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zeni Imrotin Silvia dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan (Pada PT. Bina Megah Indowood Gresik Tahun 2015-2018) yang menyatakan bahwa penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran secara simultan memiliki pengaruh terhadap laba bersih.⁵

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Akan tetapi, untuk mendapatkan

⁵Zeni Imrotin Silvia, "Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan (Pada Pt. Bina Megah Indowood Gresik Tahun 2015-2018)," *Jurnal Ekonomi* 1, No. 4 (July 2020).

hasil yang sempurna sulit, oleh karena itu dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan bahan materi dari penelitian ini, seperti kurangnya pemahaman materi secara langsung, karena peneliti tidak terjun langsung ke lapangan.
2. Keterbatasan waktu dan dana peneliti yang tidak bisa meneliti lebih lanjut.
3. Data yang digunakan dalam penelitian hanya menggunakan PT Matahari Department Store Tbk sehingga belum mewakili dari semua kategori perusahaan sejenis yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Akan tetapi peneliti tetap berusaha selalu melakukan penelitian agar lebih maksimal. Dengan segala usaha dan kerja keras serta bantuan dari semuapihak skripsi ini dapat peneliti selesaikan. Semoga peneliti selanjutnya dapat lebih menyempurnakan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan, pengaruh penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara penjualan terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.
2. Tidak terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.
3. Tidak terdapat pengaruh antara biaya pemasaran terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.
4. Terdapat pengaruh antara penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran secara simultan dan bersama-sama terhadap laba bersih PT Matahari Department Store Tbk.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, terdapat beberapa saran yang telah dibuat oleh peneliti untuk memperbaiki penelitian dimasa yang akan datang. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan PT Matahari Department Store Tbk, agar melakukan analisis yang lebih dalam terkait penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran agar dapat mendapatkan laba yang lebih maksimal.

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan objek dan sudut pandang berbeda sehingga dapat memperkaya kajian mengenai penjualan, biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya melakukan penelitian dengan model ataupun estimasi yang lain.
3. Bagi pembaca diharapkan agar dapat memberikan kritik dan saran kepada peneliti demi kesempurnaan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Suryadin, Hasda, Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- About Matahari. (N.D.). <https://www.matahari.com/corporate/about-us>
- Al Qur'an Dan Terjemahannya. (N.D.). *Qur'an Nu*. <https://quran.nu.or.id/Ali-Imran/159>
- Broto, A. H. K. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Administrasi Umum, Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekomaks : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(2), 83–88. <https://doi.org/10.33319/jeko.v7i2.7>
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., S. Hikmah Jamil, Hotden Leonardo Nainggolan, Samuel Pd Anantadjaya, & Arif Nugroho. (2023). *Strategi Pemasaran*. Cv. Intelektual Manifes Media.
- Daulay, M. (2010). *Metode Penelitian Ekonomi*. Usu Pers.
- Endaryono, B. T. & Ariwibowo, P. (2021). Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Studi Kasus Pt Granitoguna Bc. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(1).
- Ervina, N., Zuhra, S., Werastuti, D., Amani, T., Agustina, P., Wahidahwati, Tenriwaru, Rohmatunnisa, L. D., Murniati, A., Suharsono, R. S., Saleh, L., Hanafie, H., & Justita Dura. (2022). *Teori Akuntansi*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Grace, M., Iskandar, A. S., Herlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books.
- Harahap, B. & Prima, A. P. (2019). Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Factory Overhead Cost Terhadap Peningkatan Hasil Produksi Pada Perusahaan Kecil Industri Tahu Tempe Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 4(1), 12–20. <https://doi.org/10.33884/jab.v4i1.1476>
- Harahap, B. & Tuniko. (2020). *Akuntansi Biaya*. Cv Batam Publisher.
- Hasibuan, L., Daulay, P. B. M., Nasution, E. Z. L., Lestari, S & Utami, T.W. (2023). *Analisis Laporan Keuangan Syariah*. Cv Merdeka Kreasi Group.

- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Pt Grasindo.
- Hery. (2017). *Teori Akuntansi: Pendekatan Konsep Dan Analisis*. Pt Grasindo.
- Januarsah, I., Jubi, J., Inrawan, A., & Putri, D. E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada Pt Pp London Sumatera Indonesia,Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.37403/Financial.V5i1.90>
- Jumingan. (2017). *Analisi Laporan Keuangan* (6th Ed.). Bumi Aksara.
- Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M. & Achmadi, T. A. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cv Budi Utama.
- Makalalag, A., Ilat, V., & Walandouw, S. K. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran Dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2020). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 71–81. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i3.49129>
- Matahari. (N.D.). <https://www.matahari.com/>
- Minsya. (2023, Agustus). Pt Matahari Department Store Tbk (Lpff) Profil Dan Sejarahnya. *Syariah Saham*. <https://syariahsaham.id/pt-matahari-department-store-tbk-lpff/>
- Mulia, E. (2015). *Power Sales- Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjualan*. Elex Media Komputindo.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Universitas Gadjah Mada.
- Nilas, N. (2024). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jiem : Journal Of International Entrepreneurship And Management*, 1(02), 102–125. <https://doi.org/10.62668/Jiem.V1i02.1060>
- Novitasari, D. & Samari. (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Optimalisasi Promosi, Harga, Dan Saluran Distribusi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 6(1).
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian*. Kencana.

- Nurawaliah, S., Sutrisno, S., & Nurmilah, R. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (Cv. Nj Food Industries). *Jurnal Proaksi*, 7(2), 135–150. <https://doi.org/10.32534/Jpk.V7i2.1284>
- Pasaribu, D., Situmorang, C. V., Darmayanti, N., Triyani, Y., Astuti, E. B., Syamil, A. & Indrawati, I. K. (2020). *Metodologi Penelitian Akuntansi Dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Sari Y, *Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Pt Bangun Solusi Indonesia Tbk Tahun 2014-2021, Skripsi, (Padangsidimpuan Uin Syahada, 2023), Hlm. 77..Pdf*. (N.D.).
- Sembiring, M. & Siregar, S. A. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, 2(3).
- Silvia, Z. I. (2020). Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan (Pada Pt. Bina Megah Indowood Gresik Tahun 2015-2018). *Jurnal Ekonomi*, 1(4).
- Simanjuntak, F. A., Daslim, F., Harahap, S. & Elidawati, E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Pt Sumatera Hakarindo Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(6).
- Siregar, B. G. & Hardana, A. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Cv Merdeka Kreasi Group.
- Sujarweni, W. (2017). *Manajemen Keuangan*. Caps.
- Susilawati, E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Rokok Pt Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2017). *Manners (Management And Entrepreneurship Journal)*, 2(1).
- Widhiastuti, S. (2016). *Ikhtisar Akuntansi Biaya 2*. Anugrah Surya Abadi.
- Widyawati, N., Dian, M. P & Prasetyorani, J. (2020). Analisis Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Di Perusahaan Manufaktur. *Spirit Pro Patria*, 6(1).
- Winandar, F., I Ketut R. Sudiarditha, & Dewi Susita. (2021). Pengaruh Budaya Kerja Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Matahari Department Store Tbk. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(1), 83–99. <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V5i1.433>

Zahara, V. M & Anwar, C. I. (2021). *Mikro Ekonomi (Sebuah Pengantar)*. Cv. Media Sains Indonesia.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Minda Manora Siregar
Nim : 2140600041
Tempat/Tanggal Lahir : Sirpang Maropat, 23 September 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 3 dari 3 bersaudara
Alamat : Pintu Langit Jae, Padangsidempuan
Agama : Islam
Telepon/No.HP : 0853 6266 3808

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Togap Siregar
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Sariati Siagian
Pekerjaan : Petani
Alamat : Pintu Langit Jae, Padangsidempuan

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2009-2015 : SD Negeri 200404 Pintu Langit Jae
Tahun 2015-2018 : SMP Negeri 7 Padangsidempuan
Tahun 2018-2021 : SMK Negeri 1 Padangsidempuan

DAFTAR LAMPIRAN

1. Perkembangan Laba Bersih PT Matahari Department Store Tbk

Tahun	Triwulan	Laba Bersih
2016	I	Rp234.727
	II	Rp1.157.090
	III	Rp1.160.204
	IV	Rp2.019.706
2017	I	Rp244.177
	II	Rp1.338.086
	III	Rp1.504.938
	IV	Rp1.907.077
2018	I	Rp246.739
	II	Rp1.334.808
	III	Rp1.495.756
	IV	Rp1.097.332
2019	I	Rp142.510
	II	Rp1.161.967
	III	Rp1.495.756
	IV	Rp1.336.884
2020	I	Rp93.954
	II	Rp357.869
	III	Rp616.608
	IV	Rp873.181
2021	I	Rp95.360
	II	Rp532.482
	III	Rp438.694
	IV	Rp912.854
2022	I	Rp145.047
	II	Rp918.370
	III	Rp1.054.112
	IV	Rp1.383.222
2023	I	Rp101.276
	II	Rp683.873
	III	Rp630.517
	IV	Rp675.360

2. Perkembangan Penjualan PT Matahari Department Store Tbk

Tahun	Triwulan	Penjualan
2016	I	Rp1.861.726
	II	Rp5.179.614
	III	Rp7.522.175
	IV	Rp9.897.046
2017	I	Rp1.815.523
	II	Rp5.737.042
	III	Rp7.547.490
	IV	Rp10.023.916
2018	I	Rp 1.961.552
	II	Rp 5.915.413
	III	Rp 7.777.764
	IV	Rp10.245.173
2019	I	Rp 1.927.379
	II	Rp 5.950.332
	III	Rp 7.829.844
	IV	Rp10.276.431
2020	I	Rp 1.549.172
	II	Rp 2.253.147
	III	Rp 3.328.419
	IV	Rp 4.839.058
2021	I	Rp1.162.246
	II	Rp 3.569.837
	III	Rp 4.084.782
	IV	Rp5.585.975
2022	I	Rp1.287.260
	II	Rp3.761.669
	III	Rp4.964.474
	IV	Rp6.454.583
2023	I	Rp1.443.290
	II	Rp3.851.742
	III	Rp4.980.010
	IV	Rp6.538.586

3. Perkembangan Biaya Produksi PT Matahari Department Store Tbk

Tahun	Triwulan	Biaya Produksi
2016	I	Rp3.747.238
	II	Rp7.137.366
	III	Rp12.669.127
	IV	Rp15.952.047
2017	I	Rp3.910.471
	II	Rp7.877.631
	III	Rp12.763.905
	IV	Rp16.611.593
2018	I	Rp6.714.083
	II	Rp8.656.958
	III	Rp13.675.143
	IV	Rp17.262.331
2019	I	Rp4.156.438
	II	Rp10.184.279
	III	Rp13.981.070
	IV	Rp17.696.113
2020	I	Rp3.642.465
	II	Rp5.693.622
	III	Rp7.573.023
	IV	Rp9.450.230
2021	I	Rp1.771.518
	II	Rp6.068.629
	III	Rp6.750.790
	IV	Rp8.815.868
2022	I	Rp1.932.880
	II	Rp6.528.024
	III	Rp8.780.207
	IV	Rp11.016.960
2023	I	Rp2.698.776
	II	Rp7.390.056
	III	Rp9.439.520
	IV	Rp11.635.290

4. Perkembangan Biaya Pemasaran PT Matahari Department Store Tbk

Tahun	Triwulan	Biaya Pemasaran
2016	I	Rp24.177
	II	Rp39.381
	III	Rp33.938
	IV	Rp64.339
2017	I	Rp45.064
	II	Rp93.119
	III	Rp50.630
	IV	Rp66.055
2018	I	Rp61.588
	II	Rp132.563
	III	Rp88.384
	IV	Rp105.418
2019	I	Rp105.892
	II	Rp150.766
	III	Rp102.660
	IV	Rp 108.841
2020	I	Rp110.042
	II	Rp 99.257
	III	Rp 99.594
	IV	Rp 89.999
2021	I	Rp86.681
	II	Rp95.903
	III	Rp85.244
	IV	Rp42.046
2022	I	Rp41.152
	II	Rp43.881
	III	Rp25.074
	IV	Rp27.411
2023	I	Rp29.719
	II	Rp 26.220
	III	Rp26.548
	IV	Rp 42.360

5. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penjualan	32	1162246	10276431	5035083,44	2828928,760
Biaya Produksi	32	1771518	17696113	8818239,09	4505349,267
Biaya Pemasaran	32	24177	150766	70123,31	35522,063
Laba Bersih	32	619541	4811218	2193846,94	1127364,912
Valid N (listwise)	32				

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	228919,00613214
Most Extreme Differences	Absolute	,176
	Positive	,127
	Negative	-,176
Test Statistic		,176
Asymp. Sig. (2-tailed)		,123 ^c

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	37099,880	49086,283		,756
	X1	,010	,029	,241	,733
	X2	,009	,018	,356	,615
	X3	,350	,495	,106	,486

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

8. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,450	2,257
	X2	,450	2,324
	X3	,975	1,026

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

9. Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,912 ^a	,831	,813	240870,53817	1,820

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

10. Hasil Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	61585,026	122237,123		,504	,618
	Penjualan	,306	,072	1,553	4,239	,000
	Biaya Produksi	-,082	,045	-,665	-1,812	,081
	Biaya Pemasaran	-,293	1,234	-,019	-,237	,814

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

11. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7999020403411 ,714	3	2666340134470 ,571	45,957	,000 ^b
	Residual	1624521252424 ,288	28	58018616158,0 10		
	Total	9623541655836 ,002	31			

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25

12. Hasil Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,912 ^a	,831	,813	240870,53817	1,820

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 25