



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA BERSIH PADA PT. INDOFOOD SUKSES
MAKMUR Tbk PERIODE 2010-2018**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

OLEH :

**RAHMA
NIM. 14 402 00213**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2019



Scanned with
CamScanner



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA BERSIH PADA PT. INDOFOOD SUKSES
MAKMUR Tbk PERIODE 2010-2018**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**RAHMA
NIM. 14 402 00213**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2019



Scanned with
CamScanner



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA BERSIH PADA PT. INDOFOOD SUKSES
MAKMUR Tbk. PERIODE 2010-2018**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

RAHMA

NIM. 14 402 00213

PEMBIMBING I

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II

Arti Damisa MEI

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



Scanned with
CamScanner



**KEMENTERIAN AGAMA RERUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Skripsi
a.n RAHMA
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 18 Juni 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

AssalamualaikumWr. Wb

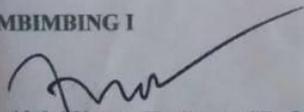
Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n RAHMA yang berjudul: "**Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2017**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

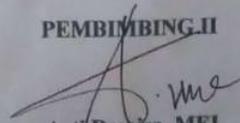
Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

WassalamualaikumWr. Wb

PEMBIMBING I


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II


Arti Damisa, MEI



SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : RAHMA
NIM : 14 402 00213
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2017.**

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 IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 11 Juni 2019
Saya yang Menyatakan,



RAHMA
NIM. 14 402 00213

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

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RAHMA
NIM : 14 402 00213
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2017”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 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 : Padangsidempuan
Pada tanggal 17 Juni 2019
Yang menyatakan,



RAHMA
NIM. 14 402 00213



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan 1, Rantai Puncak, Padangsidimpuan 22022
Telepon (0634) 22060 Faksimile (0634) 14922

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Ketua Senat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan bersama anggota penguji lainnya yang diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Berdasarkan Surat Keputusan Nomor 3.1521/tn.14/G1/G.6/PP.01/107/2019 tanggal 15 Juli 2019 setelah memperhatikan hasil ujian dari mahasiswa

NAMA : Rahma
NIM : 1440200213
Jurusan/Konsentrasi : Ekonomi Syariah /Akuntansi

Dengan ini menyatakan LULUS, ~~LULUS BERSYARAT~~ **MENGULANG** DALAM UJIAN Munaqasyah FEBI IAIN Padangsidimpuan dengan nilai Skripsi **70,5** (**B**).

Dengan demikian mahasiswa tersebut telah menyelesaikan seluruh beban studi yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan memperoleh Yudisium :

- a. CUM LAUDE : 3,50 – 4,00
- b. AMAT BAIK : 3,00 – 3,49**
- c. BAIK : 2,50 – 2,99
- d. CUKUP : 2,00 – 2,49
- e. TIDAK LULUS : 0,00 – 1,99

Dengan Indeks Prestasi Kumulatif **3,16** Oleh karena itu kepadanya diberikan hak memakai gelar SARJANA EKONOMI (SE) dalam ilmu Ekonomi Syariah dan segala hak yang menyertainya.

Mahasiswa yang namanya tersebut di atas terdaftar sebagai alumni ke **556**

Padangsidimpuan, **16** Juli 2019
Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua,

Sekretaris,

Irs. Kamaluddin, M.Ag

Nofinawati, MA

IP: 106511021991031001

NIP: 19821116201102003

Anggota Penguji

1. Irs. Kamaluddin, M.Ag

2. Nofinawati, MA

3. Dr. Budi Gautama Siregar, MM

4. Azwar Hamid, MA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Rahma
NIM : 14 402 00213
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA BERSIH PADA PT. INDOFOOD SUKSES
MAKMUR Tbk. PERIODE 2010-2018

Ketua

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Sekretaris

Nofinawati, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Nofinawati, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Dr. Budi Gautama Siregar.,MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Azwar Hamid.,MA
NIP. 19860311 201503 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 16 Juli 2019
Pukul : 10.30-13.00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS/70,5/B
Predikat : AMAT BAIK
IPK : 3,16





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PADA PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk - PERIODE 2010-2018

NAMA : RAHMA
NIM : 14 402 00213

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 07 Agustus 2019

Dean,



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015



KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

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, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Mhd. Darwis Dasopang, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Arti Damisa, MEI selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Teristimewa kepada pelangi hatiku Ayahanda Alm. Irwan dan Ibunda Nafisah Lubis yang tanpa pamrih memberi kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah nantinya dapat

membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Kaka Nur Aisyah, Elvina Sahara, Abang Khoirul Saleh, Rahmad Hidayat dan Adik Ali Imran karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi penulis.

8. Untuk sahabat peneliti, Lannida Nasution, Sri Mulyani, Ratih Karmila Sari Siregar, Giya Rahayu, Melly Yani Haibuan, Siti Karmila, M. Riski, Rizki Ananda, Muhammad Alfarizi, Rahmad daviq, Andi Putra dan seluruh kerabat dan rekan-rekan Mahasiswa Ekonomi Syariah terutama Ekonomi Syariah 5 Akuntansi-1, angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. 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.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarobbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Agustus 2019

Peneliti

RAHMA

NIM. 1440200213

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 transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidakdilambangkan	Tidakdilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	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	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik 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 adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ُ	ḍommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathahdanya	Ai	a dan i
و.....	fathahdanwau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathahdanalifatauya	ā	a dangaris atas
.....ى	Kasrahnya	ī	i dangaris di bawah
.....و	ḍommahdanwau	ū	u dangaris di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah* mati yaitu *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 diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

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

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital 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 takterpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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

ABSTRAK

Nama : Rahma
NIM : 1440200213
Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah adanya fluktuasi pada laba bersih dan juga tidak sesuai antara teori dengan fakta yang ada di lapangan. Dimana teorinya menyatakan apabila biaya produksi dan biaya promosi meningkat maka laba bersih juga akan meningkat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018.

Penelitian ini berkaitan dengan bidang akuntansi yang membahas tentang biaya-biaya dan laba bersih. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan biaya-biaya diantaranya biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil melalui *website www.idx.co.id*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode studi pustaka dan dokumentasi yang berdasarkan laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2018. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji statistik, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji f), uji koefisien determinasi (R^2), dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,535 > 2,028$). Biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,125 < 2,034$). Selain itu, biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terdapat pengaruh terhadap laba bersih. Hasil penelitian ini dengan menggunakan Uji R^2 diperoleh sebesar 71,2% hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini mampu menjelaskan 71,2% terhadap perubahan laba bersih dan 28,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba Bersih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Definisi Operasional Variabel	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Kegunaan Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	13
1. Laba Bersih	13
a. Pengertian laba	13
b. Jenis-jenis Laba	14
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih	15
d. Laba dalam Ekonomi Islam	16
2. Biaya Produksi	18
a. Pengertian Biaya.....	18
b. Pengertian Produksi.....	19
c. Pengertian Biaya Produksi	19
d. Unsur-unsur Biaya Produksi	20
3. Biaya Promosi	21
a. Pengertian Biaya Promosi.....	21
b. Sarana Promosi.....	22
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Tempat Penelitian.....	30
B. Jenis Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Analisis Data.....	32
1. Analisis Statistik Deskriptif	32
2. Uji Asumsi Klasik	32
a. Uji Normalitas	33
b. Uji Multikolinieritas	33
c. Uji Autokorelasi	34
d. Uji Heterokedastitas	34
3. Uji Hipotesis	35
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	35
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f).....	36
c. Koefisien Determinasi (R^2)	36
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
1. Sejarah Singkat PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	38
2. Visi dan Misi	40
3. Struktur Organisasi.....	41
B. Gambaran Data Penelitian	43
1. Laba Bersih	43
2. Biaya Produksi	45
3. Biaya Promosi	46
C. Hasil Analisis Data.....	47
1. Uji Deskriptif	47
2. Uji Normalitas	49
3. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Multikolinieritas	50
b. Uji Autokorelasi	51
c. Uji Heterokedastitas.....	52
4. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	53
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f).....	55
c. Koefisien Determinasi (R^2)	56
5. Analisis Regresi Linear Berganda	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	59
E. Keterbatasan Hasil Penelitian	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran-Saran.....	65

**DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tingkat Modal Kerja dan Profitabilitas PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Tahun 2010-2018.....	5
Tabel 1.2	Definisi Operasional Variabel.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	
Tabel 4.1	Laba bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018	43
Tabel 4.2	Biaya Produksi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018	45
Tabel 4.3	Biaya Promosi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018	46
Tabel 4.4	Uji Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.5	Uji Normalitas	49
Tabel 4.6	Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.7	Uji Auto Korelasi	52
Tabel 4.8	Uji Hipotesis Parsial (t) ..	54
Tabel 4.9	Uji Hipotesis Simultan (F) ..	55
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi (R^2) ..	57
Tabel 4.11	Uji Regresi Berganda	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	28
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Indofood Sukses Mamur Tbk.....	42
Gambar 4.2	Uji Heterokedastisitas	53

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin meningkat, hal ini menuntut manajemen perusahaan untuk selalu meningkatkan kinerja dan performa perusahaannya agar tetap bertahan. Pada umumnya suatu perusahaan memiliki target atau tujuan yang dicapai. Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk tujuan ekonomis, yakni berkenaan dengan upaya perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Dalam hal ini perubahan berupaya menciptakan laba, menciptakan pelanggan, dan menjalankan upaya-upaya pengembangan dengan memusatkan perhatian pada masyarakat dalam hal produk yang diinginkan, kualitas, harga, kuantitas, waktu pelayanan dan kegunaan produk.¹

Perusahaan untuk dapat berkembang haruslah melalui perjuangan dan didukung dengan perencanaan yang matang dalam menghadapi berbagai masalah dan rintangan yang timbul, seperti masalah operasional, keuangan, maupun masalah pemasaran dari produk yang diproduksi. Karena pada dasarnya pembuatan produk dalam perusahaan mengharapkan laba bersih yang sesuai dengan target.

Laba merupakan indikator keberhasilan bagi suatu perusahaan. Karena laba dapat menjadikan perusahaan tumbuh dan berkembang. Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha.

¹M.Fuad, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT.Gramedia Pusaka Utama, 2000), hlm.130.

Laba bersih (*net income*) adalah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian dan merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Menurut Soemarso, laba bersih adalah “lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu.”² Laba bersih terkadang disebut pendapatan atau laba secara keseluruhan mengukur kinerja dari suatu perusahaan. Laba bersih mencerminkan pencapaian dari suatu perusahaan (penghasilan) dalam hubungan terhadap usaha (biaya-biaya) selama satu periode tertentu. Jika penghasilan melebihi biaya-biaya hasilnya disebut laba bersih.³

Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik. Sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan diluar produksi, seperti biaya penjualan yang mencakup biaya promosi, biaya administrasi umum, dan lain sebagainya.⁴

Menurut Mulyadi, “mengemukakan biaya produksi merupakan suatu sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran, nilai keluaran diharapkan lebih besar daripada masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut sehingga kegiatan organisasi dapat

²Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi 5* (Jakarta: Salemba Empat, 1998), hlm. 227.

³K. Fred Skousen, dkk, *Akuntansi Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 105.

⁴Novita Djamilu, “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012” (Skripsi, Universitas Negeri Gorontalo, 2013), hlm. 5-6.

menghasilkan laba atau sisa hasil usaha”.⁵ Berdasarkan teori tersebut, menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba bersih. Dimana untuk memperoleh laba bersih, setiap perusahaan harus meningkatkan nilai keluarannya lebih besar daripada nilai masukan yang dikorbankan, sehingga diperoleh laba yang maksimum. Dengan kata lain, laba yang diperoleh semakin besar, jika biaya produksi yang dikeluarkan semakin kecil.

Selain biaya produksi, biaya yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh adalah biaya promosi. Promosi merupakan alat paling umum dalam menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan dapat menggunakan alat-alat promosi seperti iklan, promosi penjualan, *personal selling*, dan publisitas sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produk serta membangun persepsi yang baik terhadap produk kepada konsumen secara efektif dan efisien. Besarnya biaya dalam kegiatan promosi oleh perusahaan untuk memasarkan hasil produknya kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan gerak produsen dan perkembangan pasar konsumen.

Biaya promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk promosi.⁶ Biaya promosi ditujukan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkan laba yang lebih tinggi, hal

⁵Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), hlm.11.

⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* diterjemahkan oleh BOB Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 640.

ini diperkuat oleh pernyataan Alma dalam skripsi Maulidina Rahmanita yang berjudul Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening yang menyatakan bahwa apabila dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat, dan dengan adanya peningkatan penjualan, laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat. Besarnya biaya promosi dalam kegiatan perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan gerak konsumen dan perkembangan pasar konsumen.⁷

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (IDX: INDF) adalah salah satu kelompok bisnis produk konsumen di Indonesia, yang didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990. Perusahaan ini telah tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 5 Februari 1994. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan minuman.⁸

Salah satu visi misi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk adalah dapat memperoleh laba bersih operasi diatas rata-rata industri dan memberikan *value added* yang baik bagi seluruh stakeholders perusahaan. Untuk menunjang tercapainya visi misi tersebut pihak manajemen harus memperhatikan manajemen laba bersih per triwulan ataupun pertahunnya, agar menjadi gambaran pencapaian laba yang lebih maksimal dimasa mendatang.

⁷Maulida Rahmanita, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening" (Skripsi, IAIN Surakarta, 2017), hlm. 4.

⁸<https://www.Indofood.com>, di akses pada 13 Februari 2019 Pukul 12.00 WIB.

Berikut ini data laporan keuangan dilihat dari biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2010-2018.

Tabel 1.1
Data Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
Tahun 2010-2018
(Disajikan dalam jutaan Rupiah)

No	Tahun	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Laba Bersih
1	2010	4.253.745	446.512	2.056.243
2	2011	4.975.476	364.791	3.099.279
3	2012	6.027.895	396.130	2.531.764
4	2013	6.856.545	470.526	2.224.931
5	2014	8.079.639	624,963	3.465.376
6	2015	8.025.389	690.481	2.230.968
7	2016	8.216.937	874.918	3.371.801
8	2017	8.802.151	1.041.067	3.574.312
9	2018	10.420.764	2.828.865	3.057.651

Dari tabel di atas, bahwa biaya produksi dan biaya promosi pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2010 sampai tahun 2018 terlihat mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2012 Biaya produksi mengalami kenaikan yang dianggarkan tahun sebelumnya ternyata tidak mempengaruhi kenaikan laba bersih, laba bersih ternyata turun sekitar 18,31% dari laba tahun sebelumnya. Sedangkan Biaya promosi pada tahun 2015 yang dianggarkan dari tahun sebelumnya tidak mempengaruhi kenaikan laba bersih, laba bersih ternyata turun sekitar 35,62% dari laba bersih tahun sebelumnya. Fenomena tersebut tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan di atas, bahwa peningkatan biaya akan mempengaruhi peningkatan laba bersih.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana biaya-biaya yang dikeluarkan dalam suatu perusahaan, seperti biaya produksi dan biaya promosi dapat memberikan pengaruh terhadap laba bersih yang diterima dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Terjadinya perubahan laba pada perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Dan mengalami fluktuasi dari tahun 2010-2018.
2. Kenaikan biaya produksi tidak disertai dengan kenaikan laba bersih.
3. Kenaikan biaya promosi tidak disertai dengan peningkatan laba bersih.
4. Adanya penyimpangan atau ketidak sesuaian antara teori yang dengan kenyataan dalam menentukan laba bersih di PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan agar penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih terarah maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018. Sehingga variabel penelitian ini mempunyai dua variabel independen dan

satu variabel dependen. Biaya produksi dan biaya promosi sebagai variabel dependen dan laba bersih sebagai variabel independen.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karna adanya variabel *independent* (bebas).

Adapun definisi tentang variabel yang terdapat dalam penelitian“ Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018” yaitu :

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

Jenis variabel	Definisi variabel	Indikator variabel	Skala pengukuran
Laba Bersih (Y)	Laba bersih adalah pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. ⁹	1. Biaya 2. Harga jual 3. Volume penjualan dan produksi ¹⁰	Rasio
Biaya Produksi (X ₁)	Biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output. ¹¹	1. Biaya tenaga kerja langsung 2. Biaya bahan baku 3. Biaya overhead pabrik. ¹²	Rasio
Biaya Promosi (X ₂)	Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau	1. Biaya Advertising	Rasio

⁹Soemarso, *Op.Cit.*, hlm.227.

¹⁰Donal E.Kieso, dkk, *Akuntansi Intermediate* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 145.

¹¹Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 365.

¹²William K.Carter, *Akuntansi Biaya* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 40.

	penjualan yang meliputi seluruh biayayang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen. ¹³	(periklanan) 2. Biaya Promosi penjualan 3. Biaya publisitas 4. Biaya personalselling ¹⁴	
--	---	---	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka yang menjadi rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah ada pengaruh biaya produksi secara parsial terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk?
2. Apakah ada pengaruh biaya promosi secara parsial terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk ?
3. Apakah ada pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk?

F. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

¹³Ika Putri Oktaviani, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Dan Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Media Presindo” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), hlm.12-13.

¹⁴Ajeng Musdilawati, “pengaruh Harga Jual dan Biaya promosi Terhadap Volume Penjualan” (Studi Kasus Pada PT. Kertas Padalarang Persero), dalam Jurnal Akutansi, *Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Indonesi*, hlm. 4.

3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi seluruh pihak. Kegunaan yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui sejauh mana teori-teori yang didapat selama perkuliahan dan bermanfaat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai masalah yang terjadi dalam satu perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Sebagai dasar pertimbangan, referensi, dan masukan bagi pihak manajemen perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya.

3. Bagi perguruan tinggi

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan diharapkan menjadi sumber informasi yang dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan serta menambah koleksi kepustakaan dan agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian berikutnya.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan masukan dan sumber informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya sehingga hasilnya dapat lebih baik dari peneliti terdahulu.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika yang dimaksud adalah keseluruhan isi dan pembahasan ini secara singkat, yang terdiri dari lima bab. Dari bab-bab itu terdapat sub-sub yang merupakan rangkaian dari urutan pembahasan dalam kajian. Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN yang terdiri atas Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Defenisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, sistematika pembahasan.

Bahasan yang ada dalam dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatar belakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah yang telah ditentukan akan dibahas mengenai defenisi, indikator dan skala pengukuran yang berkaitan yang berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah yang akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi dan lembaga yang terkait.

BAB II LANDASAN TEORI yang terdiri atas Kerangka teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pikir dan Hipotesis Penelitian. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjas-penjas yang mengenai variabel penelitian secara teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya. Variabel penelitian akan digambarkan bagaimana perbandingan antara variabel dalam

bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian. Pengaplikasiannya, variabel penelitian akan digambarkan bagaimana perbandingan antara variabel dalam bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN yang membahas tentang Lokasi dan Waktu Penelitian, Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Dan analisis data. Secara umum seluruh bab bahasan yang ada dalam metode penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan peneliti. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

BAB IV HASIL PENELITIAN yang terdiri dari deskripsi data penelitian, hasil analisis penelitian dan pembahasan penelitian, secara umum seluruh pembahasan sub bahasan yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang hasil penelitian. Mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan.

BAB V PENUTUP yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang

kesimpulan yang diperoleh dan penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Laba Bersih

a. Pengertian laba bersih

Pengertian laba menurut Zaki Baridwan, laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama suatu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.¹

Menurut Assegaf Ibrahim, laba bersih merupakan: “kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi”.² Sedangkan menurut Henry Simamora Laba bersih atau rugi bersih juga disebut “perbedaan antara pendapatan dengan beban. Pendapatan akan mendongkrak aktiva perusahaan atau ekuitas pemegang saham, sedangkan beban mengkonsumsi aktiva perusahaan”.³

Laba atau rugi merupakan hasil perhitungan secara periodik atau berkala berdasarkan teori diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa laba yang diperoleh perusahaan memberi gambaran bagi perusahaan

¹Zaki Baridawan, *Intermediate Accounting* (Yogyakarta: PFE, 2012), hlm. 29.

²Assegaf Ibrahim Abdullah, *Kamus Akutansi Biaya Jilid I* (Jakarta: PT. Mario Grafika, 1993), hlm. 289.

³Henry Simamora, *Akutansi Basis Pengambilan Keputusan Jilid I* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 25.

dalam menilai keberhasilan penjualan, dimana semakin besar jumlah laba yang didapatkan perusahaan semakin baik.

b. Jenis-jenis Laba

1) Laba Bersih

Laba bersih adalah angka terakhir dari laporan laba rugi (*net profit*). Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Sebaliknya, apabila perusahaan menderita rugi, angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah rugi bersih (*net loss*). Laba bersih mencerminkan pencapaian dari suatu perusahaan (penghasilan) dalam hubungan terhadap usaha (biaya-biaya) selama periode tertentu. Jika penghasilan melebihi biaya-biaya, hasilnya disebut laba bersih (penghasilan – biaya = laba bersih). Jika biaya-biaya melebihi penghasilan, Perbedaan disebut rugi bersih.

Laba bersih atau rugi bersih juga disebut sebagai perbedaan antara pendapatan dengan beban. Pendapatan akan mendongkrak aktiva perusahaan atau ekuitas pemegang saham, sedangkan beban mengkonsumsi aktiva perusahaan.⁴

2) Laba Bruto

Laba bruto adalah selisih antara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Laba bruto disebut juga laba kotor. Laba kotor juga disebut laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang

⁴Henry Simamora, *Op. Cit.*, hlm. 25.

menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali diperoleh oleh perusahaan.⁵

3) Laba Ditahan

Laba ditahan adalah jumlah akumulasi laba bersih dari sebuah perseroan terbatas dikurangi distribusi laba (*income distribution*) yang dilakukan.⁶

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih

Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba bersih suatu perusahaan yaitu:

- 1) Naik turunnya jumlah unit yang dijual dan harga jual perunit
- 2) Naik turunnya harga pokok penjualan, perubahan harga pokok penjualan ini dipengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dari harga per unit atau harga pokok per unit.
- 3) Naik turunnya biaya usaha (biaya operasional), dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variabel jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan operasi perusahaan .
- 4) Naik turunnya pos penghasilan atau biaya non operasional, yang dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan kebijaksanaan dalam pemberian atau penerimaan.
- 5) Naik turunnya pajak perseroan, yang dipengaruhi oleh besar kecilnya laba yang diperoleh atau tinggi rendahnya tarif pajak. Adanya metode perubahan dalam metode akuntansi.

⁵Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), hlm. 303.

⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, hlm. 94.

6) Adanya perubahan dalam metode akuntansi⁷

d. Laba dalam ekonomi islam

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

Berikut ini beberapa aturan tentang laba dalam konsep ekonomi islam.⁸

- 1) Adanya harta (uang yang dikhususkan untuk perdagangan)
- 2) Mengoperaskan modal secara interaktif
- 3) Memposisikan harta sebagai objek yang berputar adanya kemungkinan pertambahan atau pengurangan jumlahnya.

Laba bersih merupakan angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah laba bersih (*net profit*). Jumlah ini merupakan kenaikan bersih

⁷Jumingan, *Analisa Laporan Keuangan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 165.

⁸M. Sholshuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 40.

terhadap modal. Sebaliknya, apabila perusahaan mengalami rugi angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah rugi bersih (*net loss*).⁹

Dalam menjalani kehidupan, Rasulullah SAW selalu menganjurkan ummatnya untuk bekerja keras. Kerja merupakan cara mencari penghidupan serta untuk mensyukuri nikmat yang diberikan Allah SWT, sebagaimana dikatakan pada Q.S Al-Jumuah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.¹⁰

Di dalam tafsir dijelaskan bahwa ayat di atas adalah *apabila telah ditunaikan shalat*, maka jika mau, *bertebaranlah kamu di muka bumi* untuk tujuan apapun dibenarkan Allah, *dan carilah* dengan bersungguh-sungguh sebagian *dari karunia Allah* karena karunia Allah sangat banyak dan tidak mungkin kamu dapat mengamil seluruhnya, *dan ingatlah Allah banyak-banyak* jangan sampai kesungguhan kamu mencari karunianya itu melegahkan kamu. Berzikirlah dari saat ke saat dan disetiap tempat

⁹Soemarso, *Op.Cit.*, hlm. 227.

¹⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Bintang Indonesia), hlm.442

dengan hati atau bersama lidah kamu *supaya kamu beruntung* memperoleh apa yang kamu dambakan.¹¹

Sehingga dapat disimpulkan bahwa setelah melakukan kewajiban kepada Allah SWT yaitu sholat, maka dapatlah bertebaran di muka bumi dengan mencari rezeki atau keuntungan dari suatu kegiatan seperti berjualan yang sesuai dengan syariat islam supaya keuntungan yang diperoleh diridhoi Allah SWT.

2. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya

Akuntansi mendefenisikan biaya sebagai “suatu nilai tukar, pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada tanggal akuisisi dicerminkan oleh penyusutan atas kas atau aset lain yang terjadi pada saat ini atau dimasa yang akan datang”.¹²

Biaya adalah semua biaya yang dikeluarkan dan dapat dikurangkan pada penghasilan. Menurut FASB (*Financial Accounting standards Boards*) biaya sebagai arus keluar aktiva, penggunaan aktiva, atau munculnya kewajiban atau kombinasi keduanya selama satu periode yang sebabkan oleh penerima barang, pembuatan barang, pembebanan jasa atau melaksanakan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama

¹¹Muhammad Nasib Ar-Rifai, *Kemudahan Dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, diterjemahkan dari “judul buku asli” oleh Syihabuddin, (Jakarta: Gema Insani, 1999), hlm.330

¹²William K. Carter, *Op.Cit.*, hlm. 15.

perusahaan.¹³ Dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat.

b. Pengertian Produksi

Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi hasil keluaran (*output*). dalam pengertian ini cukup luas, sehingga mencakup keluaran (*output*) yang berupa barang atau jasa.¹⁴

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

c. Pengertian Biaya Produksi

Menurut Suherman Rosyidi, Biaya Produksi adalah “biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output”.¹⁵

Menurut Sadono Sukirno, Biaya Produksi adalah “semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut”.¹⁶

Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis: Biaya Eksplisit dan Biaya Tersembunyi

¹³Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi, Ed. Revisi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 240.

¹⁴*Ibid*, hlm. 17.

¹⁵Suherman Rosyidi, *Op.Cit.*, hlm. 365.

¹⁶Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2005), hlm. 208.

(*imputed cost*). Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Sedangkan Biaya Tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

d. Unsur-unsur Biaya Produksi

Untuk melakukan proses produksi, perusahaan membutuhkan biaya produksi yang terdiri dari:

1) Biaya bahan baku

Untuk memperoleh bahan baku yang akan diperoleh menjadi produk jadi, perusahaan membeli bahan baku. Bahan baku (*materials*) menunjukkan bahan dasar dan komponennya yang akan diolah dalam proses pabrikasi. Bahan baku adalah unsur-unsur yang belum diolah yang digunakan dalam proses pabrikasi. Untuk itu dalam hal ini, biaya bahan baku adalah pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh bahan baku.

2) Tenaga Kerja Langsung

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

3) Biaya Overhead Pabrik

Secara umum overhead mengacu kepada semua biaya pembuatan produk atau penyerahaan jasa selain yang digolongkan sebagai biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Overhead pabrik terdiri atas biaya-biaya yang secara tidak langsung berkaitan dengan pengolahan produk jadi. Biaya overhead pabrik meliputi bahan baku penolong (*indirect materials*), tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*) penyusutan serta biaya pabrikasi tidak langsung.¹⁷

3. Biaya Promosi

a. Pengertian Biaya Promosi

Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi suatu produk.¹⁸

Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya. Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen.¹⁹

¹⁷Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Jilid II* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 531.

¹⁸M. Fuad, *Op. Cit.*, hlm.130.

¹⁹Ika Putri Oktaviani, *Op.Cit.*, hlm. 12-13.

b. Sarana Promosi

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

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing.

Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi konsumen lama serta calon konsumen. Agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Langkah-langkah periklanan yang efektif dan efisien adalah :

- a) Identifikasi pasar sasaran yang akan dituju serta motif pembeli atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b) Menentukan misi, tujuan atau sasaran periklanan yang terkait dengan sasaran penjualan dari suatu produk(*mission*).
- c) Menetapkan anggaran periklanan (*money*).
- d) Merancang, menyusun serta menetapkan pesan yang akan disampaikan kepada pasar sasaran (*message*).
- e) Menetapkan media yang harus digunakan yang sesuai dengan pasar sasaran yang dituju oleh perusahaan (*media*).

- f) Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dari pemasangan suatu iklan (*measurement*).²⁰

Adapun jenis iklan berdasarkan manfaatnya adalah sebagai berikut:

- a) *Institutional advertising*, periklanan untuk pembentukan citra organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang.
- b) *Brand advertising*, periklanan untuk memantapkan pada merk tertentu dalam jangka panjang.
- c) *Classified advertising*, periklanan untuk penyebaran informasi tentang penjualan, jasa dan peristiwa.
- d) *Sales advertising*, periklanan untuk pengumuman penjualan khusus.

Adapun jenis periklanan berdasarkan klasifikasinya adalah sebagai berikut,²¹ *National advertising*, periklanan yang dilaksanakan oleh produsen dari suatu barang industri maupun barang konsumsi yang disebarakan secara nasional dan regional.

- a) *Local advertising*, periklanan yang dibatasi oleh lingkungan geografis, yaitu apabila produk yang akan ditawarkan bersifat lokal suatu daerah tertentu.
- b) *Consumers advertising*, periklanan yang ditujukan langsung kepada konsumen akhir.

²⁰M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran; Bank Syariah* (Bandung: Alfia Beta, 2010), hlm. 174-175.

²¹*Ibid.* hlm. 45.

- c) *Trade advertising*, periklanan untuk membantu manufaktur yang dapat digunakan untuk mengiklankan produk yang dihasilkan.
- d) *Industrial advertising*, periklanan untuk mencapai manufaktur lain yang dapat digunakan produk yang telah diiklankan.
- e) *Primary demand advertising*, periklanan yang ditujukan untuk mempromosikan produk, tanpa menonjolkan merek penjualannya.
- f) *Selective demand advertising*, periklanan yang ditujukan untuk membangkitkan *selective demand* secara jelas menyebutkan dan mengulangi *brand name* dari produk tersebut.²²

2) Promosi penjualan

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

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

- a) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian konsumen untuk membeli.
- b) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada konsumen untuk segera membeli produk yang ditawarkan.

²²*Ibid*, hlm. 177-178.

c) Invitasi, mengharapkan konsumen segera merealisasikan pembelian produk perusahaan.²³

3) *Personal selling* (penjualan pribadi)

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

4) Publisitas

Sarana promosi yang terakhir adalah publisitas, dimana kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, pembukuan, atau promosi di pusat perbelanjaan, *sponsorship* kegiatan, program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menukung atau berperan serta dalam kegiatan amal.²⁴

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sehingga dalam penelitian ini bukan salah satunya yang pernah membahas masalah tersebut. Maksud dikemukakan hasil penelitian terdahulu untuk memberikan gambaran terhadap penelitian ini. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

²³*Ibid*, hlm. 179-181.

²⁴*Ibid*, hlm. 183.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Taopik Firmansyah, Eris Daraswati (jurnal, Universitas Muhammadiyah Sukabumi, sukabumi, 2016)	Pengaruh Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014	Ada pengaruh biaya tenaga kerja langsung terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi tidak terdapat pengaruh terhadap laba bersih. Biaya tenaga kerja langsung dan biaya promosi keduanya berpengaruh terhadap laba bersih.
2	Novita Djamalu (skripsi, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, 2013)	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Perusahaan Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012	Ada pengaruh yang signifikan antara biaya produksi dengan laba sebesar 1,53% dipengaruhi oleh variabel lain.
3	Putu Rustami (Jurnal Penelitian, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Singaraja, 2014)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis	Ada pengaruh secara simultan dari biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba sebesar 71,8%
4	Novita Sari Pulungan (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2017)	Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Mayora Indah Tbk.	Ada pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih, sedangkan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Dan secara simultan biaya produksi dan biaya promosi mempunyai pengaruh terhadap laba bersih.

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

- a. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Taopik Firmansyah, Eris Daraswati adalah sama-sama mencari pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih dan perbedaannya adalah penelitian Taopik Firmansyah, Eris Daraswati menggunakan pengaruh biaya tenaga kerja langsung pada variabel X nya sedangkan peneliti tidak menggunakan, kemudian tempat penelitiannya juga berbeda dengan peneliti Taopik Firmansyah, Eris Daraswati meneliti di PD. Mochi Lampion Kaswari sedangkan peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
- b. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Novita Djamalu adalah sama-sama mencari pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih dan perbedaannya adalah pada penelitian Novita Djamalu tempat penelitiannya pada perusahaan Manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia sedangkan peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
- c. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Putu Rustami adalah sama-sama mencari pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba. Perbedaannya pada penelitian ini meneliti pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih sedangkan pada penelitian Putu Rustami meneliti tentang pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba, dan pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dan pada penelitian Yonnade Arga Putra melakukan penelitian pada perusahaan kopi bubuk banyuwatis.

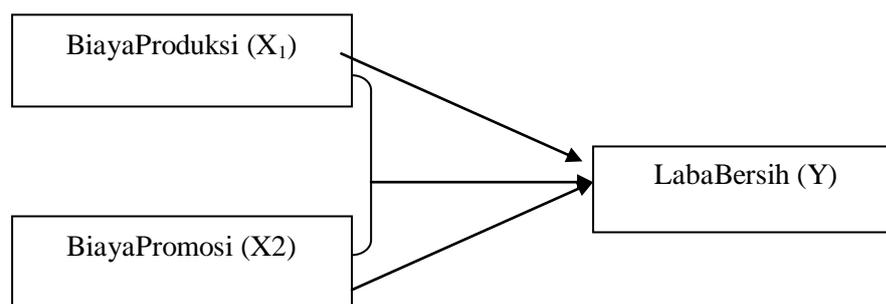
d. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Novita Sari Pulungan adalah variabel X dan Variabel Y nya sama sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini tempat penelitiannya pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, sedangkan pada penelitian Novita Sari Pulungan pada PT. Mayora Indah Tbk. Dan periode penelitian ini 2010-2018 sedangkan Novita Sari Pulungan periode 2008-2015.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan kerangka penalaran yang terdiri dari konsep-konsep atau teori yang menjadi acuan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan laba bersih sebagai variabel terikat, dan biaya produksi dan biaya promosi sebagai variabel bebas.

Berdasarkan hal tersebut diatas maka peneliti menarik kesimpulan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
KerangkaPikir



Biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk dapat menghasilkan *output*. Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen.

Laba bersih adalah pendapatan beban atas sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan selama periode tertentu. Hal ini berarti bahwa jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, maka diharapkan laba meningkat. Sedangkan jika biaya produksi tetap volume penjualan menurun dan kurangnya promosi maka laba akan menurun.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, jadi hipotesis terhadap rumusan masalah penelitian belum jawaban yang empirik.²⁵

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₁ : Terdapat pengaruh biaya produksi secara parsial terhadap Laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

H₂ : Terdapat pengaruh biaya promosi secara parsial terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

H₃ : Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.92.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2018 sampai dengan Juni 2019 dengan mengambil data dari perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2010-2018. Dalam penelitian data yang diambil bersumber dari situs resmi perusahaan dan juga dari data yang dicantumkan oleh PT. Bursa Efek Indonesia dan Daftar Efek Syariah melalui Situs resmi di *www.idx.co.id*.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang angkanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi suatu variabel yang lain.¹ Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder (*Secondary data*) yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2010-2018.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik yang sama dan

¹Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014), hlm.13.

nilai kuantitatif yang diperoleh dari hasil pengukuran observasi dari suatu atau berbeda ciri dari benda–benda atau manusia itu sendiri.² Adapun populasi pada penelitian ini adalah laporan keuangan yaitu, seluruh data biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih dari perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2010-2018.

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi.³ Suatu sampel merupakan *representatif* yang baik bagi populasinya sangat tergantung sejauh mana karakteristik sampel itu sama dengan karakteristik populasinya. Karena penelitian didasarkan pada data sampel sedangkan kesimpulannya akan diterapkan pada populasi maka sangat penting untuk memperoleh sampel *representatif*.⁴

Sampel dalam penelitian ini adalah penelitian populasi. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah *non purposive* sampling yaitu *quota sampling*. Maksudnya pengambilan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah populasi atau kuota yang diinginkan. Adapun sampel penelitian ini seluruh populasi selama 9 tahun dari tahun 2010-2018 dihitung pertriwulan, yaitu sebanyak 36 sampel karena penelitian ini menggunakan seluruh populasinya menjadi sampel.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op.Cit*, hlm. 115.

³Mudrajat Kuncoro, *Metode Risert untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis* (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 118.

⁴Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 91.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dikumpulkan dengan menggunakan metode studi pustaka, metode studi pustaka yaitu metode yang digunakan dengan memahami Literatur-literatur yang membuat pembahasan yang berkaitan melakukan klasifikasi dan kategori bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian dengan mempelajari dokumen atau data yang diperlukan.

Sesuai dengan data diperlukan yaitu data sekunder, maka metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi yang berdasarkan laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2018.

E. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Menurut Duwi Priyatno statistik deskriptif digunakan “untuk menggambarkan tentang statistik data seperti *min, max, sum standar, deviasi, variance, range* dan lain-lain dan mengukur distribusi apakah normal atau tidak dengan ukuran dan *skewnesskurtosis*”.⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian perlu diadakan adanya uji asumsi klasik dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyakit dalam suatu data

⁵Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm.30.

tersebut. Oleh karena itu diperlukan adanya uji asumsi klasik terhadap model yang telah diformulasikan yang mencakup pengujian sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variable terikat, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.⁶ Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan analisa *kolmogrofsmirnov*. Menurut Stanislaus S. Uyanto uji normalitas data menggunakan statistik SPSS *kolmogrovsmirnov* dengan dasar pengambilan keputusan bias dilakukan probabilitas (*asymptotic sygnificancy*) yaitu:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari poulasiti dak normal.⁷

b. Uji *Multikolinearitas*

Uji *Multikolinearitas* adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi berganda. *Multikolinearitas* dapat dideteksi pada model regresi apabila pada variable terdapat pasangan variabel bebas saling berkorelasi kuat satu sama lain. Dengan demikian, masalah penyimpangan *Multiolineritas* adalah masalah derajat.⁸ Menurut Imam Ghozali uji multikolinieritas merupakan bertujuan untuk menguji apakah model

⁶Husein Umara, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 181.

⁷Stainslaus S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 40.

⁸Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 167.

regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variable independen.⁹

Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variable bebas dengan variable terikatnya akan terganggu. Adapun uji multikolinearitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada model regresi. Dengan syarat ketentuan pengujian yaitu Jika nilai VIF lebih kecil dari 5 atau $VIF < 5$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Sedangkan jika nilai VIF lebih besar dari 5 atau $VIF > 5$ maka artinya terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji *Autokorelasi* adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode dengan periode sebelumnya. Uji *autokorelasi* merupakan gangguan pada fungsi regresi yang berupa korelasi diantara factor gangguan. Korelasi dapat terjadi pada serangkaian pengamatan dari data yang diperoleh pada suatu waktu tertentu.¹⁰ Metode yang digunakan untuk menguji *autokorelasi* adalah melalui table *Durbin-Watson* yang dapat dilakukan melalui program SPSS.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual

⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 103.

¹⁰*Ibid*, hlm. 157.

suatu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹ Pengujian terdapat atau tidak heteroskedastisitas digunakan *scatterplot*. Dengan ketentuan tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja

3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen Biaya produksi dan Biaya promosi terhadap variabel dependennya adalah laba bersih. Dalam uji hipotesis ini dilakukan untuk menguji signifikan analisis dilakukan melalui:

a) Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji Statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap terikat secara individual (parsial). Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,05) maka terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu X dengan variabel yaitu Y, begitu sebaliknya.¹² Adapun kriteria pengujinya adalah:¹³

$$H_0 \text{ diterima: jika } -t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$$

$$H_a \text{ diterima: jika } -t_{hitung} < -t_{tabel} \text{ atau } t_{hitung} > t_{tabel}$$

¹¹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 181.

¹²Nur Asnawi dan Masyhur, *Op, Cit.*, hlm. 182-183.

¹³Dwi Priyatno, *Op, Cit.*, hlm. 161.

b) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama-sama atau serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat. Dengan menggunakan tingkat signifikan (α) 5% jika nilai sig f > 0,05 maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersamaan dari variable bebas terhadap variable terikat. Sebaliknya jika nilai sig f < 0,05 maka H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan secara bersamaan dari variable bebas terhadap variable terikat.

Pengambilan keputusan juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai f hitung dan f tabel. Dimana kriterianya yaitu :

H_0 diterima jika f hitung < f table untuk $\alpha = 5\%$

H_a ditolak jika f hitung > f table untuk $\alpha = 5\%$

c) Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variable atau lebih dalam bentuk persen (menunjukkan seberapa besar persentase keragaman y yang dapat dijelaskan oleh keragaman x), atau dengan kata lain seberapa besar x dapat memberikan kontribusi terhadap y.¹⁴

Menurut Setiawan dan Dwi Endah Kosrini, dalam pengukuran besarnya persentase kebenaran dari uji regresi tersebut dapat dilihat melalui nilai koefisien determinasi multiple (koefisien determinan

¹⁴Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Non parametric* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 350.

mengukur proporsi dari variasi yang dapat dijelaskan oleh variable bebas). Apabila nilai koefisien determinasi suatu regresi mendekati 1 maka semakin baik regresi tersebut dan apabila semakin mendekati 0 maka variabel indepen dan secara keseluruhan tidak bias menjelaskan variabel-variabel dependen.¹⁵

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variable independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel indepen dan mengalami kenaikan atau penurunan.

Analisis linear berganda digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turun). Jadi analisis linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.¹⁶

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel Dependen
X ₁ X ₂	= Variabel Independen
a	= Konstanta
b ₁ b ₂	= Koefisien Regresi
e	= Error

¹⁵Setiawan dan Dwi Endah Kosrini, *Op. Cit.*, hlm. 64.

¹⁶Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 275.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat PT Indofood Sukses Makmur Tbk

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk didirikan oleh Sudono Salim pada tanggal 14 Agustus 1990, direktur umumnya yaitu Anthony Salim dan komisari utama yaitu Manuel V. Pangilinan. Pada awalnya berdiri dengan nama PT Panganjaya Intikusuma yang pada tanggal 5 Februari 1994 menjadi Indofood Sukses Makmur dan kantor pusat INDF berlokasi di Sudirman Plaza, Indofood Toower, lantai 21, Jl. Jend., Sudirman Kav, 76-78, Jakarta 12910, Indonesia. Sedangkan pabrik dan perkebunan INDF dan anak usaha berlokasi di berbagai tempat di pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Malaysia

Induk usaha dari PT. Indofood Sukses Makmur Tbk adalah CAB Holding limited (miliki 50,07% saham INDF), *Seychelles*, sedangkan induk usaha terakhir dari Indofood Sukses Makmur Tbk adalah First Pacific Company Limited (FP), Hongkong. Saat ini, perusahaan ini memiliki anak usaha yang juga tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), antara lain PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan Salim Ivomas Pertama Tbk (SIMP).¹

¹Britama.com, “Sejarah dan Profil Singkat INDF (Indofood Sukses Makmur Tbk)” <http://britama.com/Index.php/2012/11/sejarah-dan-profil-singkat-INDF/> (diakses pada 19 Juni 2019 pukul 11:30 WIB).

Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDF antara lain terdiri dari mendirikan dan menjalankan industri makanan olahan bumbu penyedap, minuman ringan kemasan, minyak goreng, penggilingan biji gandum dan tekstil pembuatan karung terigu. Indofood telah memiliki produk-produk dengan merek yang telah dikenal masyarakat. Produk-produk tersebut antara lain:

- a. Mie instan seperti Indomie, Supermie, Sarimi, Sakura, Pop Mie, Pop Bihun, dan Mie Telur Cap Ayam.
- b. Dairy seperti Indomilk, Cap Enak, Tiga Sapi, Indomilk Cham, Calci Skim, Orchid Butter dan Indoeskrim.
- c. Makanan ringan seperti Chitato, Lays, Qetela Cheetos dan Jetz.
- d. Penyedap makan Seperti Indofood, Piring Lombok, Indofood Racik, dan Maggi.
- e. Nutri dan makanan khusus seperti Promina, SUN, Govit, Provita.
- f. Minuman seperti Ichi Ocha, Tekita, Cafela, Club, Tropicana Twister, Fruivitamin dan Indofood Freiss.
- g. Tepung terigu dan pasta seperti Cakra Kembar, Biru Segitiga, Kunci Biru, Lencana Merah, Chesa, La Fonte, dan Minyak Goreng dan Mentega yaitu Bimoli dan Palmia.

Pada tahun 1994, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan penawaran umum perdana saham INDF (IPO) kepada masyarakat sebanyak 21.000.000 lembar dengan nilai nominal Rp. 1.000 per saham dengan harga penawaran Rp

6.200 per lembar saham. Saham-saham tersebut dicata pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 14 juli 1994. Dalam beberapa dekade ini Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan *total food solutions* dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di rak para pedagang eceran. Perusahaan ini juga selalu berusaha untu memperkenalkan dan mengembangkan produknya sampai keluar negri dan sudah mengekspor bahan makananya hingga ke Austria, Asia dan Eropa.

2. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk adalah Sebagai berikut.

a. Visi

Menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu, berkualitas, aman untuk dikonsumsi dan menjadi pemimpin diindustri makanan (*Total Food Company*).

b. Misi

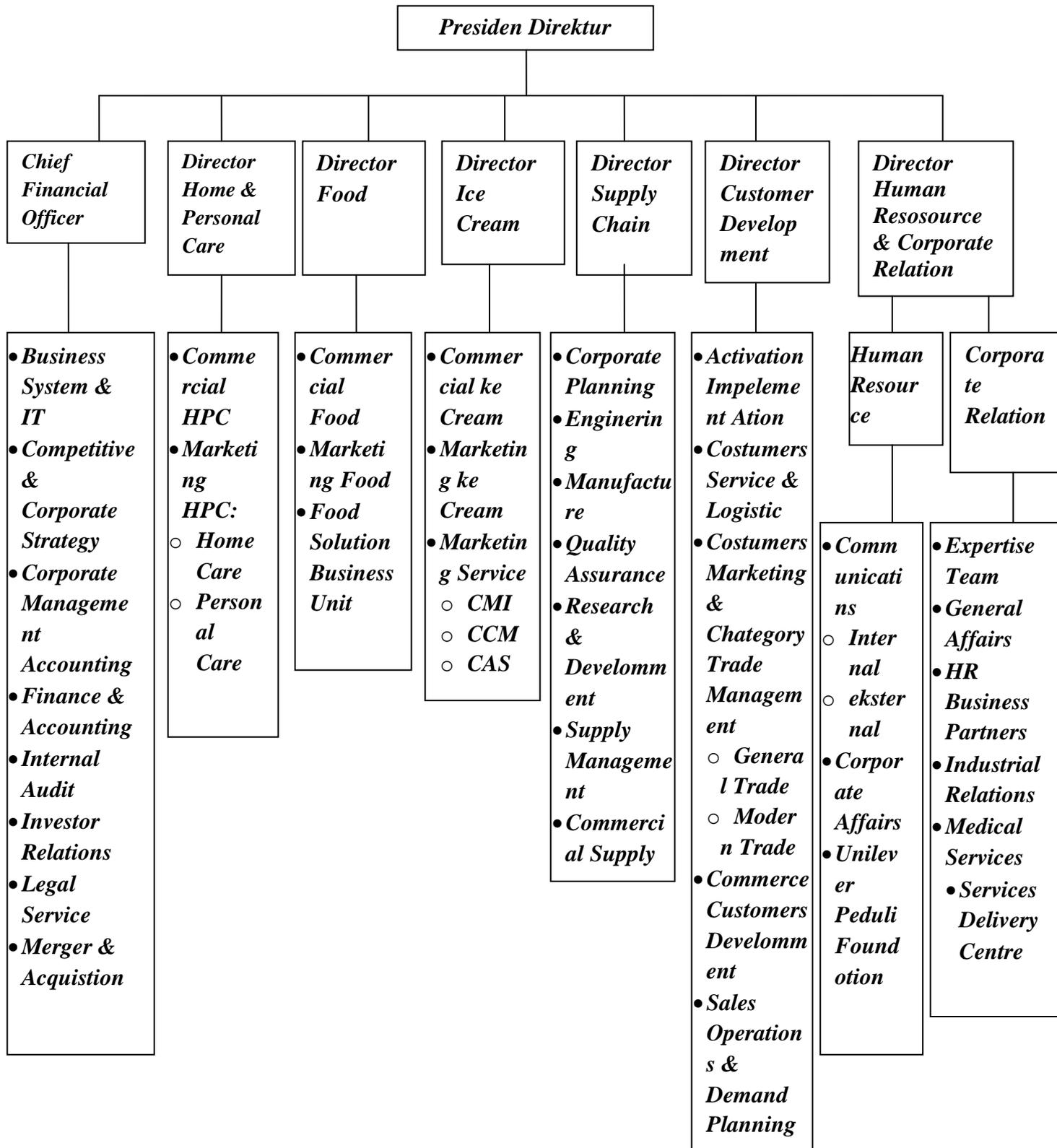
- 1) Menjadi perusahaan transnasional yang dapat membawa nama Indonesia dibidang indstri makanan.
- 2) Dapat terus meningkat karyawan dengan proses dan teknologi modren.
- 3) Menghasilkan kualitas tinggi, inovatif dan terjangkau dari produk yang disukai oleh pelanggan.

- 4) Memastikan ketersediaan produk-produk yang ada kepada pelanggan domestik dan internasional
- 5) Memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia dengan penekanan pada gizi.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran fungsi dan tanggung jawab tugas dan kewajibannya serta kekuasaan yang ada pada perusahaan agar personil mudah dalam melaksanakan aktifitasnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Struktur organisasi perusahaan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar IV.1
Struktur Organisasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.



B. Gambaran Data Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018 dapat dilihat deskriptif hasil penelitian mengenai variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini dengan melihat tabel di bawah ini:

1. Laba Bersih

Laba bersih adalah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian dan merupakan kenaikan bersih modal. Laba bersih merupakan lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu.

Adapun untuk melihat perkembangan tingkat pertumbuhan laba bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018 per triwulan dapat dilihat melalui tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.1
Laba Bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
Periode 2010-2018

Tahun	Triwulan	Laba Bersih
2010	I	631.874.000.
	II	1.410.508.000.
	III	2.247.783.000.
	IV	3.934.808.000.
2011	I	1.228.989.000.
	II	2.552.889.000.
	III	3.723.567.000.
	IV	4.891.673.000.
2012	I	1.286.484.000.
	II	256.132.000.
	III	3.804.976.000.
	IV	4.779.446.000.
2013	I	946.116.000.
	II	2.067.726.000.

	III	2.469.250.000.
	IV	3.416.635.000.
2014	I	1.750.734.000.
	II	2.985.399.000.
	III	3.979.051.000.
	IV	5.146.323.000.
2015	I	985.979.000.
	II	2.120.889.000.
	III	2.107.176.000.
	IV	3.709.501.000.
2016	I	1.363.230.000.
	II	2.757.314.000.
	III	4.099.756.000.
	IV	5.266.906.000.
2017	I	1.762.082.000.
	II	3.074.704.000.
	III	4.315.400.000.
	IV	5.145.063.000.
2018	I	1.255.541.000.
	II	2.433.723.000.
	III	3.580.090.000.
	IV	4.961.851.000.

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

Dilihat dari tabel diatas diketahui laba bersih yang paling besar terjadi pada tahun 2016 triwulan IV sebesar Rp. 5.266.906.000. Sedangkan yang paling kecil terjadi pada tahun 2012 triwulan II sebesar Rp 256.132.000.

2. Biaya produksi PT Indofood Sukses Makmur Tbk

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap unntuk dijual. Berikut biaya produksi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018 triwulan I-IV.

Tabel 4.2
Biaya Produksi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
Periode 2010-2018

Tahun	Triwulan	Biaya Produksi
2010	I	1.643.699.000.
	II	3.290.068.000
	III	5.054.127.000.
	IV	7.027.087.000.
2011	I	1.635.460.000.
	II	3.871.942.000.
	III	6.100.458.000.
	IV	8.294.046.000.
2012	I	2.168.307.000.
	II	4.684.068.000.
	III	7.316.722.000.
	IV	9.942.483.000.
2013	I	2.491.018.000.
	II	5.297.780.000.
	III	8.168.425.000.
	IV	11.468.960.000.
2014	I	3.129.305.000.
	II	6.630.379.000.
	III	10.082.379.000.
	IV	12.476.827.000.
2015	I	295.322.000.
	II	6,468,248.000.
	III	9.688.176.000.
	IV	12.985.811.000.
2016	I	3.155.905.000.
	II	6.545.399.000.
	III	9.897.696.000.
	IV	13.268.748.000.
2017	I	3.307.737.000.
	II	6.963.896.000.
	III	10.657.314.000.
	IV	14.279.658.000.
2018	I	5.821.055.0000
	II	7.590.162.000
	III	12.004.054.000
	IV	16.267.787.000

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

Dilihat dari tabel diatas diketahui biaya produksi yang paling besar terjadi pada tahun 2018 triwulan IV sebesar Rp. 16.267.787.000. Sedangkan yang paling kecil terjadi pada tahun 2011 triwulan I sebesar Rp. 1.635.460.000.

3. Biaya promosi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen. Berikut biaya promosi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018 triwulan I-IV.

Tabel 4.3
Biaya Promosi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
Periode 2010-2018

Tahun	Triwulan	Biaya Promosi
2010	I	369.091.000.
	II	435.094.000.
	III	530.052.000.
	IV	451.813.000.
2011	I	362.536.000.
	II	341.889.000.
	III	401.982.000.
	IV	349.752.000.
2012	I	299.987.000.
	II	375.044.000.
	III	428.397.000.
	IV	481.095.000.
2013	I	417.275.000.
	II	532.731.000.
	III	566.283.000.
	IV	365.818.000.
2014	I	460.833.000.
	II	630.321.000.
	III	722.150.000.

	IV	686.548.000.
2015	I	696.230.000
	II	917.754.000
	III	402.142.000.
	IV	745.801.000.
2016	I	1.040.362.000.
	II	905.279.000.
	III	643.427.000.
	IV	910.605.000.
2017	I	1.045.644.000.
	II	1.199.639.000.
	III	1.129.995.000.
	IV	788.936.000.
2018	I	791.672.000
	II	955.792.000
	III	871.630.000
	IV	839.087.000

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

Dilihat dari tabel diatas diketahui biaya produksi yang paling besar terjadi pada tahun 2017 triwulan II sebesar Rp. 1.199.639.000. Sedangkan yang paling kecil terjadi pada tahun 2012 triwulan I sebesar Rp. 299.987.000.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Deskriptif

Statistik Deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Menurut Duwi Priyatno statistik deskriptif digunakan “untuk menggambarkan tentang statistik data seperti *min, max, sum standar, deviasi, variance, range* dan lain-lain dan mengukur distribusi apakah normal atau tidak dengan ukuran dan *skewnesskurtosis*”.

Dalam penelitian ini yang akan dijelaskan gambaranya adalah data Laba Bersih, Biaya Produksi dan Biaya Promosi pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018. Hasil uji statistik deskriptif disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya_Produksi	32	1635460	14279658	6904732,81	3706978,446
Biaya_Promosi	32	12,61	14,00	13,2460	,40381
Laba_Bersih	32	256132	5266906	2819323,84	1459140,022
Valid N (listwise)	32				

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan tabel dari uji statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa dri 36 sampel yang diuji dalam penelitian ini, nilai minimum laba bersih sebesar 256132 dan nilai maksimum sebesar 5266906 dengan nilai rata-rata 2819323,84 pada standar deviasi 1459140,022.

Berdasarkan tabel dari uji statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa dari 36 sampel yang diuji dalam penelitian ini, nilai minimum Biaya Produksi sebesar 1635 dan 460 dan nilai maksimum sebesar 14279658, dengan nilai rata-rata 6904732,81 pada standar deviasi 370,6978,446.

Berdasarkan tabel dari uji statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa dari 36 sampel yang diuji dalam penelitian ini, nilai minimum Biaya Promosi sebesar 12,61 dan nilai maksimum sebesar 14.00, dengan nilai rata-rata 13,2460, dengan nilai standar deviasi 0,40381.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel terikat, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan analisa *kolmogrof smirnov*. Menurut Stanislaus S.Uyanto uji normalitas data menggunakan statistik SPSS *kolmogrov smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan probabilitas (*asymptotic sygnificancy*) yaitu:

- a. Jika probailitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari poulasi tidak normal.

Tabel 4.5
Uji Normalitas

	Biaya_Produksi	Biaya_Promosi	Laba_Bersih
N	32	32	32
Normal Parameters ^{a,b} Mean	6904732,81	13,2460	2819323,84
Std. Deviation	3706978,446	,40381	1459140,022
Most Extreme Absolute	,115	,132	,104
Differences Positive	,115	,132	,090
Negative	-,086	-,096	-,104
Test Statistic	,115	,132	,104
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}	,169 ^c	,200 ^{c,d}

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Pada tabel diatas dari uji normalitas degan uji *Kolmogorov Smirnov* diatas menunjukkan nilai signifikansi laba bersih sebesar 0,200 nilai signifikansi biaya produksi adalah sebesar 0,200, nilai signifikansi biaya promosi adalah sebesar 0,169. Nilai signifikansi semua variabel diatas

0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel secara statistik telah mendistribusi secara normal dan layak digunakan sebagai penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji *Multikolinearitas* adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi berganda. *Multikolinearitas* dapat dideteksi pada model regresi apabila pada variabel terdapat pasangan variabel bebas saling berkorelasi kuat satu sama lain. Dengan demikian, masalah penyimpangan *Multikolinearitas* adalah masalah derajat.

Menurut Imam Ghozali uji multikolinieritas merupakan “Uji yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.”

Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya akan terganggu. Adapun uji multikolinearitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada model regresi. Dengan syarat ketentuan pengujian yaitu Jika nilai VIF lebih kecildari 5 atau $VIF < 5$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Sedangkan jika nilai VIF lebih besar dari 5 atau $VIF > 5$ maka artinya terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.6
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	530493,151	401113,168		1,323	,196		
Biaya_Produksi	,338	,040	,858	8,535	,000	,920	1,087
Biaya_Promosi	-,071	,567	-,013	-,125	,902	,920	1,087

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan tabel diatas dari uji multikolinearitas terlihat bahwa untuk variabel biaya produksi memperoleh nilai VIF sebesar 1,087 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,920. Untuk variabel biaya promosi memperoleh nilai VIF sebesar 1,087 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,920. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing nilai VIF variabel berada dibawah atau lebih kecil dari 10,00 dan nilai *tolerancenya* lebih besar atau diatas 0,10, dengan demikian bahwa dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas dan data ini layak diuji.

b. Uji Autokorelasi

Uji *Autokorelasi* adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode dengan periode sebelumnya. Uji *autokorelasi* merupakan gangguan pada fungsi regresi yang berupa korelasi diantara faktor gangguan. Korelasi dapat terjadi pada serangkaian pengamatan dari data yang diperoleh pada suatu waktu tertentu. Metode yang

digunakan untuk menguji *autokorelasi* adalah melalui tabel *Durbin-Watson* yang dapat dilakukan melalui program SPSS.

Tabel 4.7
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,855 ^a	,730	,712	783318,163	1,291

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

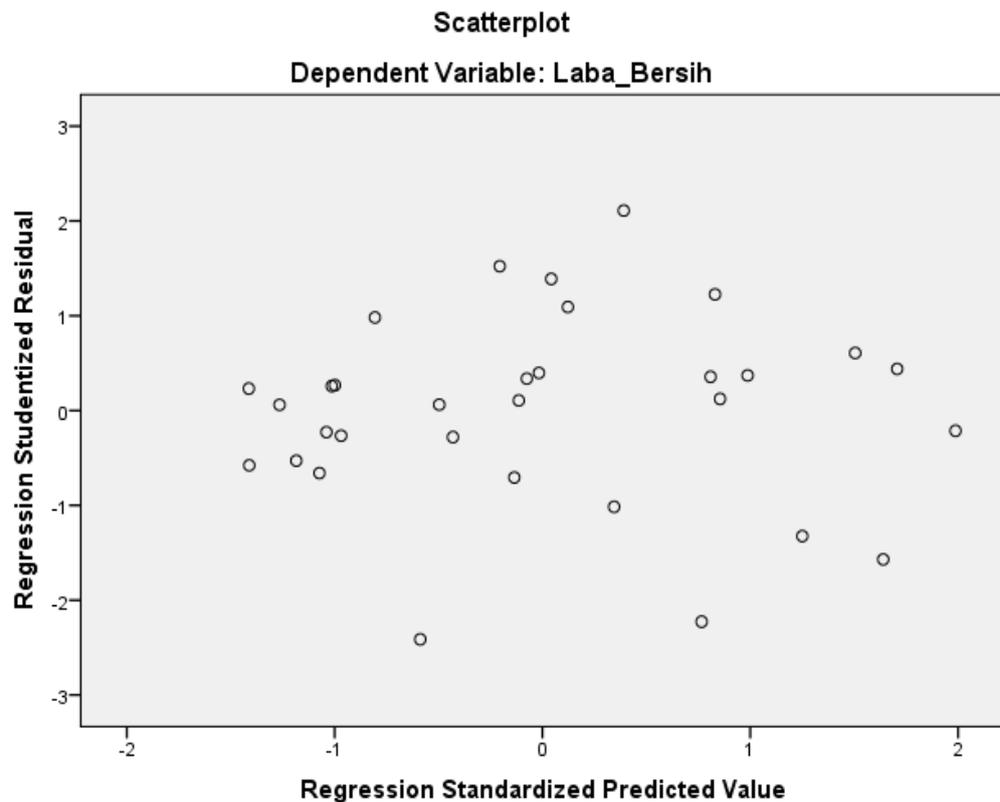
Berdasarkan tabel diatas dari uji autokorelasi diatas, diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 0,668 sehingga nilai DW berada diantara -2 sampai +2 dapat disimpulkan berarti tidak terjadi auto korelasi. Dengan demikian data ini layak untuk diuji.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian terdapat atau tidak heteroskedastisitas digunakan *scatterplot*. Dengan ketentuan tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

Gambar 4.2
Uji Heterokedastisitas



Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan gambar dari uji heterokedastisitas diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji Statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap terikat secara individual (parsial). Jika t hitung $>$ dari t tabel pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,05) maka terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu

X dengan variabel yaitu Y, begitu sebaliknya. Adapun kriteria pengujinya adalah:

H_0 diterima: jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$

H_a diterima: jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

Tabel 4.8
Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	530493,151	401113,168		1,323	,196
Biaya_Produksi	,338	,040	,858	8,535	,000
Biaya_Promosi	-,071	,567	-,013	-,125	,902

Sumber: *Output SPSS 23*

Berdasarkan tabel dari uji parsial (uji t) diatas dapat diketahui bahwa nilai diketahui t_{hitung} biaya produksi sebesar 8,535 dan untuk mencari t_{tabel} dapat dilihat dari tabel statistik pada signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan derajat kebesaran $df = n-k-1$ ($36-3-1 = 32$), maka dapat diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,036. Dilihat dari hasil perhitungan t_{tabel} menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $8,535 > 2,036$ maka H_1 diterima. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap laba bersih.

Berdasarkan tabel dari uji parsial (uji t) diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari biaya promosi sebesar 0,902. Jadi dapat diketahui bahwa $0,902 > 0,05$ maka H_2 ditolak. Kemudian diketahui nilai t_{hitung} sebesar -0,125 maka dapat dilihat bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,125 <$

2,036 maka H_2 ditolak. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap laba bersih.

b. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama atau serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan tingkat signifikan (α) 5% jika nilai sig F > 0,05 maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersamaan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika nilai sig F < 0,05 maka H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan secara bersamaan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel. Dimana kriterianya yaitu :

H_0 diterima: jika F hitung < F tabel untuk $\alpha = 5\%$

H_a diterima : jika F hitung > F tabel untuk $\alpha = 5\%$

Tabel 4.9
Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4820774467749	2	2410387233874	39,284	,000 b
		0,766		5,383		
	Residual	1779403300650	29	613587345051,7		
		1,420		73		

Total	6600177768399	31			
	2,190				

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan tabel dari uji simultan (uji f) diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 karena $0,000 < 0,05$ maka H_{03} ditolak, sedangkan H_{a3} diterima. Diperoleh F_{hitung} sebesar 39,284, sedangkan untuk F_{tabel} pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 dapat dihitung dengan $F_{tabel} = (k-1) = (4-1) : (36-4) = 3:32$, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,90. Dilihat dari hasil perhitungan F_{hitung} menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $39,284 > 2,90$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi dan biaya promosi secara bersama-sama terhadap laba bersih.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen (menunjukkan seberapa besar persentase keragaman y yang dapat dijelaskan oleh keragaman x), atau dengan kata lain seberapa besar x dapat memberikan kontribusi terhadap y.

Menurut Setiawan dan Dwi Endah Kosrini, dalam pengukuran besarnya persentase kebenaran dari uji regresi tersebut dapat dilihat melalui nilai koefisien determinasi multiple (koefisien determinan mengukur proporsi dari variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel

bebas). Apabila nilai koefisien determinasi suatu regresi mendekati 1 maka semakin baik regresi tersebut dan apabila semakin mendekati 0 maka variabel independen secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel-variabel dependen.

Tabel 4.10
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,855 ^a	,730	,712	783318,163	1,291

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan tabel dari uji koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa nilai dari adjusted R Square sebesar 0,391 yang menunjukkan bahwa laba bersih dipengaruhi oleh kedua variabel yaitu biaya produksi dan biaya promosi, dimana pengaruhnya sebesar 712%, sisanya yaitu 28,8 (100% - 71,2%) laba bersih dipengaruhi variabel lain yang mempengaruhi laba bersih yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji regresi berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Analisis linear berganda digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel

dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turun). Jadi analisis linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.²

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X₁ X₂ = Variabel Independen

A = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

e = Error

Tabel 4.11
Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	530493,151	401113,168		1,323	,196		
Biaya_Produksi	,338	,040	,858	8,535	,000	,920	1,087
Biaya_Promosi	-,071	,567	-,013	-,125	,902	,920	1,087

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan tabel dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dari hasil analisis yaitu sebagai berikut:³

² Sugyono, *Op.Cit.*, hlm. 257.

$$Y = C + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 530493,151 + 0,338 X_1 + (-0,071) X_2 + e$$

$$Y = 530493,151 + 0,338 - 0,071 + e$$

Berdasarkan persamaan linier diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 530493,151 menyatakan bahwa apabila variabel bebas (biaya produksi dan biaya promosi) 0 maka variabel laba bersih adalah sebesar 530493,151.
- b. Hasil regresi biaya produksi menunjukkan variabel biaya produksi sebesar 0,338 % yang menyatakan bahwa apabila biaya produksi mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel harga saham akan mengalami penurunan sebesar Rp 0,338.
- c. Hasil regresi biaya promosi menunjukkan variabel biaya promosi sebesar -0,071 yang menyatakan bahwa apabila biaya promosi mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel harga saham juga mengalami penurunan sebesar -0,071.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial terhadap harga saham pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2017. Setelah melakukan analisis regresi dengan menggunakan SPSS versi 23 dapat diperoleh persamaan uji regresi linier berganda sebagai berikut:

³ *Ibid.* hlm. 257.

$$Y = 530493,151 + 0,338 - 0,071 + e$$

1. Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

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

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

Berdasarkan uji t yang dilakukan peneliti pada pengujian analisis data menggunakan SPSS, dengan melihat dari hasil output dapat mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba. Dengan pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh biaya produksi secara parsial terhadap laba bersih. Hasil yang didapatkan adalah t_{hitung} biaya produksi adalah sebesar 8,434 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai hubungan yang searah dengan laba bersih. Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Dengan tingkat signifikansi tersebut maka dapat disimpulkan

bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih dimasa yang akan datang pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Penelitian yang dilakukan oleh Djamalu juga mendukung hasil penelitian ini, bahwa dalam penelitian tersebut menyatakan biaya promosi memiliki pengaruh terhadap hasil laba bersih sebesar 68.2% sedangkan sisanya dari variabel lain sedangkan sisanya sebesar 31.8% dipengaruhi variabel lain.

2. Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

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

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

Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa biaya promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018. Penelitian ini mampu membuktikan bahwa biaya promosi tidak dapat mempengaruhi laba bersih yang akan datang. Nilai t_{hitung} adalah sebesar -0,125 dengan tingkat

signifikan sebesar 0,902 nilai t_{hitung} negatif menunjukkan bahwa biaya promosi mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan laba bersih. Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih. Dengan tingkat signifikan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih dimasa yang akan datang pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Biaya promosi ditujukan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkan laba yang lebih tinggi, hal ini diperkuat oleh pernyataan Alma dalam skripsi Maulidina Rahmanita yang berjudul Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening yang menyatakan bahwa apabila dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat, dan dengan adanya peningkatan penjualan, Laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat. Besarnya biaya promosi dalam kegiatan perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan gerak konsumen dan perkembangan pasar konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Taopik Firmansyah, Eris Darsawati, mengatakan bahwa dalam penelitian tersebut tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih .

3. Pagaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018. Penelitian ini mampu membuktikan bahwa biaya produksi dan biaya promosi mampu mempengaruhi laba bersih yang akan datang. Nilai F_{hitung} sebesar 39,284 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan nilai F_{hitung} dan tingkat signifikansi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih dimasa yang akan datang pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Putu Rustami yang menyatakan bahwa variabel biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih.

E. Keterbatasan Hasil Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sesudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan menyusun skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan mengambil data dan tahun dalam penelitian ini yang berbentuk sekunder. Dimana peneliti hanya mengambil biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih seperlunya saja.
2. Keterbatasan dalam mengambil variable yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu hanya berfokus pada variabel biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih.
3. Keterbatasan waktu dan dana peneliti yang kurang mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.

Walaupun demikian, keterbatasan yang dihadapi peneliti tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa biaya produksi secara statistic t_{hitung} sebesar $8,535 > t_{tabel}$ sebesar $2,028$ dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar $0,000$ maka H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi terdapat pengaruh terhadap laba bersih.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa biaya promosi secara statisti t_{hitung} sebesar $-0,125 < t_{tabel}$ sebesar $2,034$ dengan nilai signifikan probabilitas sebesar $0,902 > 0,05$ maka H_2 ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya promosi tidak dapat berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan biaya promosi tidak menjamin tingginya laba bersih.
3. Berdasarkan hasil uji secara simultan uji (F) menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $39,284 >$ dari nilai F_{tabel} sebesar $2,90$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terdapat pengaruh terhadap laba bersih.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan , peneliti memberikan saran bagi para peneliti selanjutnya, penelitian ini belum sempurna , sehingga diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dan meninjau kembali faktor-faktor lain yang berhubungan dengan pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk atau perusahaan-perusahaan lainnya. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas dengan menambahkan instrument dan menambahkan data yang lebih lengkap lagi yang berhubungan dengan pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian psikologi*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014.
- Ajeng Musdilawati, “Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan” *Jurnal Akutansi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Indonesia.
- Assegaf Ibrahim Abdullah, *Kamus Akutansi Biaya Jilid 1*, Jakarta: PT. Mario Grafika, 1993.
- Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Interfrensi, dan Non Para Metric*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Donald E. Kieso, dkk, *Akutansi Intermediate*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Jakarta: Bintang Indonesia, 2013
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, Jakarta: PT.Pustaka Panjimas, 1974.
- Husein Umar, *Metodelogi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2013.
- Ika Putri Oktaviani, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Media Presindo” Skripsi, Universitas Negri Yogyakarta, 2013.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001.
- Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- K. Fred Skousen, dkk, *Akutansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Maulida Rahmanita, “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening” Skripsi, IAIN Surakarta, 2017.

- M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT.Gramedia Pusaka Utama, 2000.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfia Beta, 2010.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Risert untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*, Jakarta : Erlangga, 2009.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.
- Muhammad Nasib Ar-Rifai, *Kemudahan Dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, diterjemahkan dari “judul buku asli” oleh Syihabuddin, Jakarta: Gema Insani, 1999.
- Mulyadi, *Akutansi Biaya*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012.
- Novita Djamal, “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012” Skripsi, Universitas Negri Gorontalo ,2013
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh BOB Sabran, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teoro Pengantar*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004.
- Simamora, Henry, *Akutansi Basis Pengambilan Keputusan Jilid II*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Soemarso, *Revisi Akutansi Suatu Pengantar*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi Dan Operasi*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.
- Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akutansi, Ed. Revisi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- _____, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.

Stainslaus S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

William K. Carter, *Akuntansi Biaya*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Zaki Baridawan, *Intermediate Accounting*, Yogyakarta: PFE, 2012.

Referensi lain

<https://www.Indofood.com>, di akses pada 13 Februari 2019 Pukul 12.00 Wib.

Britama.com, “Sejarah dan Profil Singkat INDF (Indofood Sukses Makmur Tbk)”
<http://britama.com/index.php/2012/11/sejarah-dan-profil-singkat-INDF/>
(diakses pada 19 Juni 2019 pukul 11:30).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Rahma
2. Nama Panggilan : Rahma
3. Tempat/Tgl. Lahir : Panyabungan/12 Oktober 1995
4. Agama : Islam
5. Jenis kelamin : Perempuan
6. Anak ke : 5 (Lima) dari 6 (Enam) Bersaudara
7. Alamat : Pasar Hilir, Banjar Saba Ujung No. 32,
Kec. Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/HP : 0812 6421 3766

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SD Negeri 142571/04 Panyabungan (2002-2008)
2. SMP Negeri 1 Panyabungan (2008-2011)
3. SMA Negeri 3 Panyabungan (2011-2014)
4. Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2014-2019)

C. IDENTITAS ORANG TUA

- Nama Ayah : Alm. Irwan
Pekerjaan :-
Nama Ibu : Nafisah Lubis
Pekerjaan : PNS

D. MOTTO HIDUP

Hidup hanya sekali hiduplah berarti

LAMPIRAN

Lampiran 1

Laba Bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2017

Tahun	Triwulan	Laba Bersih
2010	I	631.874.000.
	II	1.410.508.000.
	III	2.247.783.000.
	IV	3.934.808.000.
2011	I	1.228.989.000.
	II	2.552.889.000.
	III	3.723.567.000.
	IV	4.891.673.000.
2012	I	1.286.484.000.
	II	256.132.000.
	III	3.804.976.000.
	IV	4.779.446.000.
2013	I	946.116.000.
	II	2.067.726.000.
	III	2.469.250.000.
	IV	3.416.635.000.
2014	I	1.750.734.000.
	II	2.985.399.000.
	III	3.979.051.000.
	IV	5.146.323.000.
2015	I	985.979.000.
	II	2.120.889.000.
	III	2.107.176.000.
	IV	3.709.501.000.
2016	I	1.363.230.000.
	II	2.757.314.000.
	III	4.099.756.000.
	IV	5.266.906.000.
2017	I	1.762.082.000.
	II	3.074.704.000.
	III	4.315.400.000.
	IV	5.145.063.000.

Sumber: www.idx.co.id

Lampiran 2**Biaya Produksi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
Periode 2010-2017**

Tahun	Triwulan	Biaya Produksi
2010	I	1.643.699.000.
	II	3.290.068.000
	III	5.054.127.000.
	IV	7.027.087.000.
2011	I	1.635.460.000.
	II	3.871.942.000.
	III	6.100.458.000.
	IV	8.294.046.000.
2012	I	2.168.307.000.
	II	4.684.068.000.
	III	7.316.722.000.
	IV	9.942.483.000.
2013	I	2.491.018.000.
	II	5.297.780.000.
	III	8.168.425.000.
	IV	11.468.960.000.
2014	I	3.129.305.000.
	II	6.630.379.000.
	III	10.082.379.000.
	IV	12.476.827.000.
2015	I	295.322.000.
	II	6,468,248.000.
	III	9.688.176.000.
	IV	12.985.811.000.
2016	I	3.155.905.000.
	II	6.545.399.000.
	III	9.897.696.000.
	IV	13.268.748.000.
2017	I	3.307.737.000.
	II	6.963.896.000.
	III	10.657.314.000.
	IV	14.279.658.000.

Sumber: www.idx.co.id

Lampiran 3**Biaya Promosi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk****Periode 2010-2017**

Tahun	Triwulan	Biaya Promosi
2010	I	369.091.000.
	II	435.094.000.
	III	530.052.000.
	IV	451.813.000.
2011	I	362.536.000.
	II	341.889.000.
	III	401.982.000.
	IV	349.752.000.
2012	I	299.987.000.
	II	375.044.000.
	III	428.397.000.
	IV	481.095.000.
2013	I	417.275.000.
	II	532.731.000.
	III	566.283.000.
	IV	365.818.000.
2014	I	460.833.000.
	II	630.321.000.
	III	722.150.000.
	IV	686.548.000.
2015	I	696.230.000.
	II	917.754.000.
	III	402.142.000.
	IV	745.801.000.
2016	I	1.040.362.000.
	II	905.279.000.
	III	643.427.000.
	IV	910.605.000.
2017	I	1.045.644.000.
	II	1.199.639.000.
	III	1.129.995.000.
	IV	788.936.000.

Sumber: www.idx.co.id

Lampiran 4

Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya_Produksi	32	1635460	14279658	6904732,81	3706978,446
Biaya_Promosi	32	12,61	14,00	13,2460	,40381
Laba_Bersih	32	256132	5266906	2819323,84	1459140,022
Valid N (listwise)	32				

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Lampiran 5

Uji Normalitas

		Biaya_Produksi	Biaya_Promosi	Laba_Bersih
N		32	32	32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	6904732,81	13,2460	2819323,84
	Std. Deviation	3706978,446	,40381	1459140,022
Most Extreme Differences	Absolute	,115	,132	,104
	Positive	,115	,132	,090
	Negative	-,086	-,096	-,104
Test Statistic		,115	,132	,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,169 ^c	,200 ^{c,d}

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Lampiran 6

Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	530493,151	401113,168		1,323	,196
	Biaya_Produksi	,338	,040	,858	8,535	,000
	Biaya_Promosi	-,071	,567	-,013	-,125	,902

Sumber: *Output SPSS 23*

Lampiran 7

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4820774467749	2	2410387233874	39,284	,000 b
		0,766		5,383		
	Residual	1779403300650	29	613587345051,7		
		1,420		73		
	Total	6600177768399	31			
		2,190				

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Lampiran 8

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,855 ^a	,730	,712	783318,163	1,291

Sumber: *Output SPSS Versi 23*

Lampiran 9

Tabel Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 33)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496

24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

E. IDENTITAS PRIBADI

10. Nama Lengkap : Rahma
11. Nama Panggilan : Rahma
12. Tempat/Tgl. Lahir : Panyabungan/12 Oktober 1995
13. Agama : Islam
14. Jenis kelamin : Perempuan
15. Anak ke : 5 (Lima) dari 6 (Enam) Bersaudara
16. Alamat : Pasar Hilir, Banjar Saba Ujung No. 32,
Kec. Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal
17. Kewarganegaraan : Indonesia
18. No. Telepon/HP : 0812 6421 3766

F. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

5. SD Negeri 142571/04 Panyabungan (2002-2008)
6. SMP Negeri 1 Panyabungan (2008-2011)
7. SMA Negeri 3 Panyabungan (2011-2014)
8. Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Padangsidempuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2014-2019)

G. IDENTITAS ORANG TUA

- Nama Ayah : Alm. Irwan
Nama Ibu : Nafisah Lubis
Alamat : Pasar Hilir, Banjar Saba Ujung No. 32,
Kec. Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal