



**BIAYA PEMASARAN DAN BIAYA ADMINISTRASI
UMUM SERTA PENGARUHNYA TERHADAP
LABA BERSIH PERUSAHAAN PT. ASTRA
AGRO LESTARI, TBK.**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Akuntansi*

Oleh

WINDI WAHYUNI SIMANJUNTAK
NIM. 18 402 00336

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**BIAYA PEMASARAN DAN BIAYA ADMINISTRASI
UMUM SERTA PENGARUHNYA TERHADAP
LABA BERSIH PERUSAHAAN PT. ASTRA
AGRO LESTARI, TBK.**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Akuntansi*

Oleh

WINDI WAHYUNI SIMANJUNTAK
NIM. 18 402 00336

PEMBIMBING I

WINDARI, S.E., M.A
NIP: 19830510 201503 2 003

PEMBIMBING II

SARMIANA BATUBARA, M.A
NIP:19860327 201903 2 012

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Windi Wahyuni Simanjuntak**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Juli 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Windi Wahyuni Simanjuntak** yang berjudul "**Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum Serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih Perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I

Windari, S.E., M.A
NIP: 19830510 201503 2 003

PEMBIMBING II

Sarmiana Batubara, M.A
NIP:19860327 201903 2 012

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Windi Wahyuni Simanjuntak
NIM : 18 402 00336
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum Serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih Perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 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, Juni 2022

Saya yang Menyatakan,



Windi Wahyuni Simanjuntak

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

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Windi Wahyuni Simanjuntak
NIM : 18 402 00336
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum Serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih Perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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 : Juni 2022
Yang menyatakan,



Windi Wahyuni Simanjuntak
NIM. 18 402 00336



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

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


**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : WINDI WAHYUNI SIMANJUNTAK
NIM : 18 402 00336
FAKULTAS/PRODI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum Serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih Perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk.

Ketua,



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

Sekretaris,



Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 19870413 201903 2 011

Anggota


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


Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 19870413 201903 2 011


H. Aswadi Lubis, S.E., MSI
NIP. 19630107 199903 1 002


Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 19930227 201903 1 008

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 28 Juni 2022
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/74,5 (B)
Index Prestasi Kumulatif :3,68
Predikat : PUJIAN



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

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum Serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih Perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk.**
Nama : **Windi Wahyuni Simanjuntak**
Nim : **18 402 00336**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 28 Juni 2022

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Windi Wahyuni Simanjuntak
NIM : 18 402 00336
Judul Skripsi : **Biaya Pemasaran dan Administrasi Umum Serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih PT. Astra Agro Lestari, Tbk.**

Upaya meningkatkan laba dilakukan dengan meminimalkan biaya seoptimal mungkin. Akan tetapi fenomena yang terjadi pada penelitian ini berbanding terbalik. Dimana biaya yang dikeluarkan terus meningkat sehingga terjadi penurunan laba. Dengan peningkatan biaya yang terjadi jelas tidak sesuai dengan perolehan laba yang dihasilkan. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk.? apakah biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk.? apakah biaya pemasaran dan administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih PT. Astra Agro Lestari, Tbk.? Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk., untuk mengetahui pengaruh biaya administrasi umum terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk., untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran dan biaya administrasi umum terhadap laba bersih pada PT Astra Agro Lestari Tbk.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan ilmu akuntansi yaitu pembahasan tentang biaya pemasaran, biaya administrasi umum dan laba bersih. Pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan teori biaya pemasaran, administrasi umum, dan laba.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dari satu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Jakarta Islamic Indeks (JII) dari tahun 2014-2020 per triwulann dengan jumlah 32 sampel. Alat analisis yang digunakan adalah uji analisis deskriptif, uji normalitas, linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis dan analisis regresi berganda bantuan SPSS 26.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan variabel biaya pemasaran H_1 ditolak, dalam hal ini biaya pemasaran tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan variabel biaya administrasi umum H_2 diterima, dalam hal ini biaya administrasi umum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih. Pada Uji F H_3 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran dan administrasi umum memiliki pengaruh terhadap laba bersih.

Kata Kunci : Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi Umum, Laba Bersih

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Untaian *tahmid* dan *tasyakur* ke hadirat Allah SWT. yang telah menganugrahkan ilmu dan kesehatan kepada peneliti. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah SWA. sebagai pembawa rahmat baik seluruh alam. Semoga kita mendapatkan syafaatnya di *yaumul akhir* nanti. Skripsi yang berjudul “Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Biaya Umum serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih Perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk”. dapat diselesaikan meskipun sangat sederhana dan masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan keterbatasan dan dangkalnya pengetahuan serta kemampuan peneliti.

Namun berkat do'a bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag, sebagai Rektor IAIN Padangsidempuan, Wakil Rektor dibidang Akademik dan Pengembangan Lembaga bapak Dr. Erawadi, M. Ag, Wakil Rektor dibidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan bapak Dr. Anhar, M.A, Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag, dan seluruh civitas akademik IAIN Padangsidempuan.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M. Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr, Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.

Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M. Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, M. Si., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati Lubis, M. P., selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Windari, S.E., M.A., selaku pembimbing I dan Ibu Sarmiana Batubara, M.A selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan
6. Bapak kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan IAIN Padangsidempuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
7. Para Dosen/ Staf di lingkungan IAIN Padangsidempuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skiripsi ini.
8. Teristimewa Orangtua saya yang tercinta yaitu Bapak Toras Nauli Simanjuntak dan Ibu Zaleha Harahap yang memberikan curahan kasih sayang

yang tiada terhingga. Memberikan moril dan materi demi kesuksesan studi sampai saat ini. Memberikan doa yang tiada hentinya serta perjuangan tanpa mengenal lelah.

9. Saudara Kandung peneliti yaitu Abanganda Sahmadi Muda Simanjuntak serta kedua adik peneliti yang tercinta, Angga Kurniawan Simanjuntak dan Adelia Masdalifa Simanjuntak
10. Terimakasih juga kepada sahabat peneliti Siti Nur Isnaini, Pujia Risma, Muhammad Salman Al Faruqi, Cindi Antika, Hasmar Hidayat Harahap dan yang lainnya yang telah membantu peneliti mulai dari tahap awal sampai akhir, baik dukungan dan motivasi, material berupa laptop dan beberapa buku serta lainnya
11. Terimakasih kepada sahabat yang paling spesial Junaidi Usman Lubis yang selalu memberikan dukungan, kepada peneliti mulai dari bantuan instalisasi aplikasi SPSS, menghibur disela kejenuhan dan letih selama menyelesaikan proses skripsi.
12. Terimakasih kepada Dewan Eksekutif Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan, Kelompok Studi Ekonomi Islam ITTIHAD IAIN Padangsidempuan, Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Padangsidempuan yang telah memberikan banyak ilmu baru, pengalaman dan juga dukungan kepada peneliti.
13. Terimakasih kepada teman-teman keluarga besar Program Studi Ekonomi Islam Konsetrasi Akuntansi 3 (AK3) angkatan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

14. Terimakasih kepada teman-teman KKL Batu Mandom yang mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Terimakasih kepada teman-teman Magang DPMD Padangsidempuan yang memberikan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
16. 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 lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya dengan berserah diri dan memohon ridho Allah Subhana wata'ala, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis, pembaca dan masyarakat luas.

Padangsidempuan, 25 Mei 2022

Peneliti

Windi Wahyuni Simanjuntak

NIM: 18 402 00336

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan




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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	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	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye


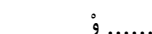
2. Vokal

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

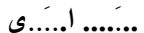

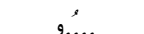
- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

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

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tasydid)

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

5. 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.

- a. 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.
- b. 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.

6. Hamzah

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

7. 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.

8. Huruf Kapital

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

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

9. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur

Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Definisi Operasional Variabel	6
F. Tujuan Penelitian	7
G. Kegunaan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Kerangka Teori	9
1. Laba	9
a. Pengertian Laba	9
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba	10
c. Fungsi Perhitungan Laba	11
d. Laba Dalam Perspektif Islam.....	11
2. Biaya	13
a. Biaya Pemasaran.....	14
b. Biaya Administrasi Umum	22
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pikir.....	28
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
B. Jenis Penelitian	31
C. Populasi dan Sampel.....	31
D. Instrumen Pengumpulan Data	32
E. Teknik Analisis Data	33
F. Analisis Regresi Bergenda.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
1. Sejarah Singkat dan Perkembangan PT. Astra Agro Lestari, Tbk .	40
2. Struktur Umum Organisasi PT. Astra Agro Lestari, Tbk.....	41
3. Visi dan Misi PT. Astra Agro Lestari, Tbk.	48

B. Deskriptif Hasil Penelitian.....	49
1. Biaya Pemasaran.....	49
2. Biaya Administrasi Umum	50
3. Laba Bersih.....	51
C. Hasil Analisis.....	53
1. Uji Asumsi Dasar.....	53
2. Uji Asumsi Klasik	55
3. Uji Hipotesis	57
4. Analisis Regresi Berganda.....	59
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
E. Keterbatasan Hasil Penelitian.....	63
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Audit Laporan Keuangan PT. Astra Agro Lestari	3
Tabel I.II	Defenisi Operasional Varabel	5
Tabel II.I	Penelitian Terdahulu	24
Tabel IV.I	Perkembangan Biaya Pemasaran	48
Tabel IV.II	Perkembangan Biaya Administrasi Umum.....	49
Tabel IV.III	Perkembangan Laba Bersih	51
Tabel IV.IV	Uji Deskriptif Statistik	52
Tabel IV.V	Uji Normalitas.....	53
Tabel IV.VI	Linearitas Biaya Pemasaran.....	53
Tabel IV.VII	Uji Linearitas Biaya Administrasi Umum	54
Tabel IV.VIII	Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel IV.IX	Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel IV.X	Uji R^2	57
Tabel IV.XI	Uji t	57
Tabel IV.XII	Uji f.....	59
Tabel IV.XIII	Uji Regresi Berganda.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.I	Kerangka Berfikir.....	28
Gambar IV.I	Struktur Organisasi PT. Astra Agro Lestari	41

DAFTAR GRAFIK

Gambar IV.II	Perkembangan Biaya Pemasaran.....	49
Gambar IV.III	Perkembangan Biaya Administrasi Umum	50
Gambar IV.IV	Perkembangan Laba Bersih	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Laba adalah hasil penjualan setelah dikurangi semua biaya yang terjadi. Cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba adalah dengan melakukan usaha-usaha penurunan biaya seoptimal mungkin. Adapun cara lain dengan meningkatkan penjualan, baik itu melalui volume penjualan maupun penetapan harga jualnya. Hal ini dapat dimengerti karena laba adalah penjualan dikurang biaya artinya semakin naik jumlah penjualan maka semakin naik pula labanya dengan asumsi biaya tidak berubah. Cara lain untuk meningkatkan laba adalah dengan menurunkan biaya walaupun hasil penjualannya tetap.¹ Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi baik itu biaya produksi maupun biaya operasional merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi laba.² Kenaikan laba dilihat dari biaya operasional yakni biaya pemasaran dan biaya administrasi umum yang menaik maka akan menimbulkan kenaikan terhadap laba.³

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan sejak awal produksi hingga penjualan. Contoh biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran. Biaya administrasi umum

¹Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya* (Jakarta: PT. Gramedia, 2005), hlm. 2.

²Olivia Michelle Pranajaya & Susanti Widiastuti, "Pengaruh Biaya dan Produksi Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia," Desember 2021, hlm. 60.

³Sofyan Syafri, *Analisis Krisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 114.

merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh, biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, biaya pemeriksaan akuntan, biaya fotocopy, listrik dan lainnya.

Dalam penelitian Yaya Suharya dkk. dalam jurnal Pengaruh Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food bahwa biaya pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Pada penelitian Irpan Januarsah dalam jurnal pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT. PP London Sumatra Indonesia, Tbk. yang terdaftar di BEI bahwa biaya pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan. Pada penelitian Dhani Aprilyana dalam jurnal Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada U.K.M Keripik Sehi Sukabumi bahwa biaya pemasaran berpengaruh positif terhadap laba bersih sedangkan biaya administrasi umum tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Pada penelitian Rismayanti dalam skripsi Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada PT. Gowu Dinasti Motor Hyundai Makassar bahwa biaya operasional tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Melihat dari penelitian terdahulu, hal ini tentu tidak sesuai dengan dengan teori bahwa biaya produksi dan biaya operasional merupakan bagian yang mempengaruhi peningkatan laba.⁴

PT. Astra Agro Lestari yang merupakan perkebunan kelapa sawit berlokasi di Kalimantan Selatan dan pabrik minyak goreng berlokasi di

⁴Dyah Wuri Handayani, *Administrasi Farmasi 3* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), hlm. 56.

Sumatera Utara dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Jakarta Islamic Indeks (JII) merupakan perusahaan manufaktur yang melakukan proses produksi kelapa sawit dan proses penjualan. PT. AALI dalam menjalankan aktivitasnya, pendapatan yang diterima terkadang tidak seimbang dengan biaya biaya yang dikeluarkan. Sesuai dengan tabel sebagai berikut:

Tabel I.1
Audit Laporan Keuangan PT. Astra Agro Lestari, Tbk.
(Tercatat Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Biaya Pemasaran	Biaya Administrasi Umum	Laba Bersih	%	Ket.
2014	546.886	682.548	2.504.467		
2015	537.533	691.412	619.107	-75	Turun
2016	340.780	676.626	2.006.973	224	Naik
2017	337.933	756.418	1.968.027	-2	Turun
2018	427.554	786.046	1.438.511	-27	Turun
2019	460.839	723.359	211.117	-85	Turun
2020	416.725	704.009	833.090	295	Naik

Sumber data <http://www.idnfinancials.com>

Pada tabel I.1 diatas terlihat bahwa tahun 2014 biaya pemasaran sebesar Rp. 546.886.000.000 biaya administrasi umum sebesar Rp. 682.548.000.000 dan laba bersih sebesar Rp. 2.504.467.000.000 Pada tahun 2015 biaya pemasaran sebesar Rp. 537.533.000.000 biaya administrasi umum menaik Rp. 691.412.000.000 dan laba bersih turun sebesar Rp. 619.107.000.000 . Pada tahun 2016 biaya pemasaran sebesar Rp. 340.780.000.000 dan biaya administrasi umum menaik sebesar Rp. 676.626.000.000 dan laba bersih

menaik sebesar Rp. 2.006.973.000.000 Tahun 2017 biaya pemasaran turun sebesar Rp.337.933.000.000 sedangkan biaya administrasi umum menaik yaitu Rp. 756.418.000.000 dan pada laba bersih menurun sebesar Rp. 1.968.027.000.000. Pada tahun 2018 biaya pemasaran sebesar Rp. 427.554.000.000 biaya administrasi umum menaik sebesar Rp. 786.046.000.000 sedangkan laba menurun sebesar Rp. 1.438.511.000.000. Pada 2019 biaya pemasaran menaik Rp. 460.839.000.000 dan biaya administrasi umum turun Rp.723.759.000.000 Sedangkan pada laba bersih turun sebesar Rp. 211.117.000.000 Pada tahun 2020 biaya pemasaran Rp. 416.725.000.000 biaya administrasi umum sebesar Rp. 704.009.000.000 dan laba bersih naik sebesar Rp. 833.090.000.000. PT Astra Agro Lestari merupakan perusahaan kelapa sawit terbesar di Indonesia akan tetapi pada tahun 2015, 2017, 2018, 2019 laba bersih yang dihasilkan perusahaan cenderung menurun sedangkan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum cenderung menaik. Berdasarkan fenomena yang terjadi peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang peneliti ingin selidiki dalam biaya pemasaran dan administrasi umum serta pengaruhnya terhadap laba bersih berdasarkan latar belakang masalah:

1. Biaya administrasi umum pada tahun 2015 mengalami kenaikan sedangkan laba bersih menurun.
2. Biaya administrasi umum pada tahun 2017 mengalami kenaikan sedangkan laba bersih menurun.
3. Biaya pemasaran dan administrasi umum pada tahun 2018 mengalami kenaikan akan tetapi laba bersih menurun.
4. Biaya pemasaran pada tahun 2019 mengalami kenaikan sedangkan laba bersih menurun.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, tidak semua masalah identifikasi untuk diteliti. Dengan demikian, peneliti hanya memfokuskan pada variabel yang mempengaruhi laba bersih yaitu biaya pemasaran dan biaya administrasi umum pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Jakarta Islamic Index (JII).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021?
2. Apakah biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021?
3. Apakah biaya pemasaran dan administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021?

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diajari atas sifat-sifat hal yang dapat diamati. Definisi operasional variabel merupakan suatu atribut atau sifat ataupun nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵ Tabel di bawah ini memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang konsep studi tentang biaya operasional variabel:

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Rumus	Skala
Laba Bersih (Y)	Laba bersih (<i>net profit</i>) adalah laba dikurangi biaya, yang merupakan pengeluaran untuk periode tertentu, seperti pajak dan biaya produksi.	Laba bersih = Laba sebelum pajak – pajak penghasilan ⁶	Rasio
Biaya Pemasaran (X1)	Semua biaya yang terkait dengan peluncuran dan penjualan produk disebut sebagai biaya pemasaran.	Biaya Penjualan/ Pemasaran = Biaya Operasional - Biaya Administrasi Umum	Rasio
Biaya administrasi umum (X2)	Semua biaya yang terkait dengan manajemen perusahaan secara keseluruhan diklasifikasikan sebagai biaya administrasi umum.	Biaya Administrasi Umum = Biaya Operasional - Biaya Penjualan ⁷	Rasio

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 30.

⁶Hery, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2017), hlm. 44.

⁷Mia Lasmi Wardiyah, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017), hlm. 30.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan definisi operasional yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya administrasi umum terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran dan biaya administrasi umum terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. Bagi Peneliti
 - a. Untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah
 - b. Sebagai konsep bagi dunia akademik, serta penerapan informasi perguruan tinggi, dan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh biaya pemasaran dan biaya administrasi umum terhadap laba bersih.
2. IAIN Padangsidempuan

Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi kemajuan ilmu ekonomi, khususnya akuntansi dan keuangan syariah, serta

tambahan sumber daya untuk mempengaruhi biaya pemasaran dan administrasi umum terhadap laba bersih.

3. Keuntungan Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai masukan untuk ide-ide baru yang dapat membantu kemajuan perusahaan, serta akuntansi untuk biaya pemasaran dan administrasi umum, serta laba bersih perusahaan. Sebagai hasil, korporasi bisa mendongkrak penjualan sekaligus meningkatkan laba bersih

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Laba

a. Pengertian Laba

Laba merupakan hasil dari pendapatan dikurangi beban. Profit atau laba merupakan indikator *future earning* dari sebuah investasi yang akan dilakukan saat ini.⁸ Hal hal yang berkaitan dengan laba yang menjadi unsur yang paling penting dalam laporan laba rugi sebagai berikut:

- 1) Pendapatan adalah masuknya aset atau peningkatan lain atau penyelesaian kewajiban entitas yang dihasilkan dari pengiriman barang, kinerja layanan, atau aset lain yang penting untuk operasi.
- 2) Bisnis merupakan serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan/ laba. Bisnis juga dapat dikatakan sebagai penyediaan barang dan jasa untuk meningkatkan perekonomian.⁹
- 3) Beban adalah aset, kewajiban, atau penggunaan lain dari aset atau kewajiban suatu entitas yang disebabkan oleh penyerahan atau

⁸Silvia Indrani, *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), hlm. 14.

⁹Hadion Wijoyo, *Pengantar Bisnis* (Sumatra Barat: CV Insan Cendikia Mandiri, 2021), hlm. 1.

pembuatan barang, penyerahan barang, atau lainnya yang merupakan operasi dasar perusahaan.

- 4) Keuntungan adalah keuntungan ekuitas, dalam hal ini kekayaan bersih entitas, yang disebabkan oleh transaksi periferan, yaitu transaksi di luar pusat operasi perusahaan, transaksi insidental, dan transaksi selain entitas yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.
- 5) Kerugian adalah penurunan dalam ekuitas dalam hal ini aktiva bersih yaitu kegiatan yang ditimbulkan oleh transaksi periferan, insidental serta kegiatan lainnya yang memberi pengaruh pada entitas kecuali beban atau distribusi kepada pemilik.¹⁰

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba antara lain:

- 1) Biaya, merupakan suatu pengorbanan yang diukur dengan satuan uang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha
- 2) Harga jual, merupakan jumlah tertentu yang dibayarkan oleh konsumen terhadap barang dan jasa yang diterima.
- 3) Volume penjualan dan produksi, besarnya volume penjualan akan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

¹⁰Herry, *Teori Akuntansi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), hlm. 345-146.

c. Fungsi Perhitungan Laba

Fungsi laba perlu diketahui karena merupakan informasi penting dalam suatu laporan keuangan. Laba yang secara umum dihitung berdasarkan selisih lebih pendapatan dan biaya diharapkan dapat digunakan sebagai berikut:

- 1) Indikator efisiensi penggunaan modal dan biaya
- 2) Pengukur prestasi dan kinerja manajemen
- 3) Alat motivasi manajemen dalam pengelolaan perusahaan
- 4) Dasar penentuan besarnya pengenaan pajak
- 5) Dasar perhitungan dividen
- 6) Dasar pembagian kompensasi dan bonus
- 7) Dasar peramalan peningkatan dan penurunan laba.

Adapun rumus laba bersih adalah sebagai berikut:

Laba bersih = laba sebelum pajak – pajak penghasilan¹¹

d. Laba Dalam Perspektif Islam

Keuntungan adalah salah satu unsur penting dalam perdagangan, perdagangan dilakukan untuk mencari keuntungan sebagai upaya mencari nafkah memenuhi kebutuhan hidup. Keuntungan adalah sinonim dengan perkataan keuntungan, atau profit dalam bahasa Inggris. Keuntungan dalam bahasa arab disebut dengan *al-ribh* yang diartikan dengan pertambahan atau pertumbuhan dalam perdagangan. Ada juga istilah lain yang terkait

¹¹Hery, *Op.Cit*, hlm. 40.

dengan untung seperti *al-nama'*, *al-ghallah*, *al-faidah*. Dalam surat Al – Baqarah ayat 16 yang berkaitan dengan keuntungan berbunyi :

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالََةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَتْ تِجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Artinya: “Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.”¹²

Berdasarkan tafsir *an-nasafi* dan tafsir *al manar* terhadap ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengertian laba ialah kelebihan atas modal pokok atau penambahan modal pokok yang diperoleh dari proses dagang.

Dan dipertegas dengan hadist riwayat Bukhari dan Muslim yang berbunyi :

المؤمن مثل التاجر لا يسلم له ربحه حتى يسلم له رأس ماله
كذلك المؤمن لا تسلم له نواقله حتى تسلم فرائضه، (متفق
عليه)

Artinya: “Seseorang mukmin itu bagaikan seorang pedagang, dia tidak akan menerima laba sebelum ia mendapatkan modal pokoknya. Dan demikian juga, seseorang mukmin tidak akan mendapatkan amalan-amalan sunnahnya sebelum ia menerima amalan-amalan wajibnya.”¹³

Dalam hadist ini, Rasulullah mengumpamakan seseorang mukmin dengan seorang pedagang. Pedagang tidak bisa mendapatkan keuntungan apabila ia belum mendapatkan modal pokoknya. Begitu juga seorang mukmin tidak akan mendapatkan

¹²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1998), hlm. 10.

¹³A. Hasan, *Bulughul - Maram Ibnu Hajar Al- Asqalani* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2011), hlm. 111.

pahala amalan sunnahnya apabila amalan wajibnya belum disempurnakan. Kemudian juga dari hadist di atas, dapat diketahui bahwa pengertian dari laba adalah sama dengan pengerian laba dalam al-Qur'an yaitu bagian berlebih setelah menyempurnakan modal pokok.¹⁴

Berdasarkan ayat dan hadist diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa laba diumpakan sebagai seorang mukmin yang mengerjakan amalan – amalan sunnah setelah mendahulukan yang wajib. Kaitannya dengan laba yaitu diperoleh setelah pelaku usaha telah memenuhi semua beban pokok yang dikeluarkan dari hasil usaha.

2. Biaya

Biaya adalah aktivitas utama yang timbul dari entitas perusahaan dalam hal ini, termasuk hal-hal yang dikeluarkan, penggunaan aset lainnya, keberadaan hutang, atau keduanya untuk jangka waktu tertentu. Dihasilkan dari produksi komoditas, penyediaan jasa, atau kegiatan lain.¹⁵ Biaya dapat diklasifikasikan menjadi dua penggolongan. Penggolongan yang paling sederhana yaitu penggolongan objek pengeluaran, misalnya pengeluaran untuk biaya telepon disebut dengan

¹⁴Darmawan & Muhammad Iqbal Fasa, *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: UNY Press, 2020), hlm.114.

¹⁵Yayah Pudin Shatu, *Kuasai Detail Akuntansi Laba & Rugi Sistem Cepat Kebut Semalam Otodidak & Tanpa Guru* (Jakarta: Pustaka Ilmu Semesta, 2016), hlm. 68.

biaya telepon kemudian penggolongan menurut fungsi pokok pengeluaran perusahaan.¹⁶

a. Biaya Pemasaran

Dalam arti sempit, biaya mengacu pada pengeluaran untuk menjual sesuatu. Barang jadi yang akan dipasok ke klien sampai produk diterima umumnya disebut sebagai biaya. Lalu ada biaya, yang juga dikenal sebagai biaya penjualan pasar. Biaya dalam arti luas, adalah semua biaya yang dikeluarkan sejak barang diproduksi sampai dijual. Biaya iklan, penyimpanan gudang, pengemasan, pengiriman, biaya faktur kartu kredit, dan pencatatan transaksi sudah termasuk.

Pemasaran merupakan masalah penetapan produk, harga, saluran distribusi dan promosi. *American Marketing Association (AMA)* menyebutkan bahwa pemasaran didefinisikan sebagai tindakan menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan perusahaan dengan merencanakan dan menerapkan rencana untuk menentukan harga, penetapan harga, iklan, dan mendistribusikan ide, barang, dan jasa. Pemasaran merupakan fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipuaskan oleh kegiatan manusia lain.¹⁷

1) Pengelompokan Biaya Pemasaran

¹⁶Neneng Hartati, *Akuntansi Biaya* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), hlm. 75.

¹⁷Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2016), hlm. 181-183.

Secara umum, biaya pemasaran dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

- a) Biaya pemerolehan pesanan (*order getting costs*).
Pengeluaran yang dikeluarkan untuk menarik perhatian pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Biaya promosi, iklan, komisi atau bonus penjualan, dan gaji tenaga penjualan semuanya dikeluarkan (penjual).
- b) Biaya untuk mencukupi pesanan (*order filling costs*),
Yaitu Biaya pengiriman barang/produk ke pelanggan dan penagihan pembayaran dari mereka. Beberapa contoh biaya adalah pergudangan, pengemasan, pengiriman, kredit, transportasi, dan penagihan.

Biaya pemasaran menurut fungsinya dapat dikelompokkan menjadi 6 yaitu;

- (1) Fungsi penjualan (*selling*), Khususnya penjualan, yang meliputi gaji pegawai, beban penyusutan kantor, sewa kantor, dan pengeluaran-pengeluaran yang terjadi sejak pemesanan sampai dengan penyerahan ke konsumen.¹⁸
Penjualan adalah representasi pembelian. Terdapat berbagai teknik dalam proses pembelian, seperti tawar

¹⁸Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Universitas Gadjah Mada: Unit Penerbit dan Percetakan, 2014), hlm. 488.

menawar, negosiasi, dan tawar menawar untuk membentuk harga dan hak kepemilikan.¹⁹

- (2) Biaya *advertensi*, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi biaya promosi, iklan, pameran, serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan (*older getting*).
- (3) Biaya pergudangan, yaitu biaya yang terdiri dari pengeluaran pergudangan seperti biaya depresiasi gudang, sewa gudang, serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pesanan produk jadi dan siap untuk dipasarkan.
- (4) Fungsi *pack* dan pengiriman, yaitu biaya yang dikeluarkan selama proses pembungkusan hingga pengiriman seperti gaji karyawan pembungkusan dan pengiriman, biaya depresiasi kendaraan, operasi kendaraan, biaya pengiriman, pembungkusan.
- (5) Fungsi kredit dan penagihan, yaitu biaya yang mencakup biaya karyawan bagian penagihan, kerugian penghapusan piutang, potongan tunai, serta biaya-biaya yang terdiri selama proses kredit dan penagihan.
- (6) Fungsi akuntansi pemasaran, yaitu biaya yang mencakup gaji karyawan fungsi akuntansi, biaya kantor serta segala biaya yang mencakup dari fungsi akuntansi pemasaran.

¹⁹Danang Sunyoto, *Loc. Cit*, hlm. 197.

2) Karakteristik Biaya Pemasaran

- a) Pemasaran produk ragam kegiatan yang memiliki cara produksi yang berbeda dengan perusahaan lain.
- b) Proses pemasaran cenderung berubah, oleh adanya persyaratan ketika proses pemasaran dan selalu menyesuaikan dengan pasar kondisi.
- c) Konsumen tidak dapat dikendalikan oleh kegiatan perusahaan, yang sehingga tidak akan mengatakan apa yang akan dilakukan oleh konsumen.
- d) Tidak langsung biaya dan biaya bersama (*joint cost*) yang memiliki pemecahan yang lebih sulit.

3) Cara Menganalisis Biaya Pemasaran

Tujuan menganalisis biaya pemasaran yaitu untuk menentukan harga pokok penjualan, pengontrolan biaya, perencanaan dan pengarahan proses pemasaran. Adapun menganalisisnya dengan empat cara yaitu:

- (a) Analisis biaya pemasaran menurut jenis biaya dan objek pengeluaran; menggunakan analisis, manajemen perusahaan dapat melihat pengeluaran pemasaran secara detail, tetapi aktivitas perusahaan tertentu disembunyikan. Gaji karyawan, iklan perjalanan, penyusutan peralatan, biaya operasi dan pemeliharaan kendaraan, dan

sebagainya, semuanya dibagi dalam berbagai bentuk pengeluaran pemasaran.

- (b) Analisis biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran, dengan tujuan untuk menganalisis biaya pemasaran dalam kaitannya dengan biaya pemasaran dan pengendalian perusahaan. Adapun cara yang digunakan dalam analisis ini sebagai berikut: pertama mengidentifikasi fungsi pemasaran, seperti periklanan, pergudangan, harga pokok penjualan, kredit, pengemasan, pengiriman, penagihan, dan operasi pemasaran akuntansi lainnya. Kedua, Mengklasifikasikan setiap jenis yang telah diurutkan sebelumnya. Ketiga Menentukan satuan ukuran untuk setiap layanan fungsi, keempat menghitung total biaya pemasaran untuk setiap fungsi.

Analisis biaya pemasaran menurut usaha pemasaran terdiri dari jenis produk, daerah pemasaran, besar pesanan, saluran distribusi. Adapun cara yang digunakan dalam analisis ini adalah sebagai berikut: menggolongkan jenis biaya menurut fungsinya, menentukan jenis analisis yang akan dijalankan, menggolongkan biaya distribusi kedalam biaya langsung, setengah langsung dan tidak langsung, Menentukan dasar alokasi biaya pemasaran, mencari hubungan antara biaya dengan pendapatan (*revenues*)

yang didapatkan dari tiap jenis biaya, jenis produk, daerah pemasaran, banyaknya orderan dan lainnya.

- c) Analisis biaya pemasaran menurut jenis produk. Analisis ini bermanfaat mengetahui kemampuan jenis-jenis produk dalam menghasilkan laba, dapat memperkirakan dalam menentukan pengaruh yang terjadi dalam perubahan produk serta cara penjualan terhadap biaya dan laba yang dihasilkan serta memberikan informasi biaya untuk pengambilan keputusan dalam menentukan harga jual produk. Untuk menggunakan analisis ini perlu melakukan penggolongan produk yaitu sebagai berikut: *Pertama* menggolongkan produk sesuai dengan sifatnya. Contoh perusahaan kosmetik maka penggolongan produknya adalah lipstik, bedak, cream dan lainnya, *Kedua* kemudian menggolongkan produk menurut pembungkusannya, misalnya menggolongkan kosmetik dari ukuran yang kecil dan besar, membedakan tiap nomor produk. *Ketiga*, Penggolongan produk menurut cap dagang yang sama, *Keempat*, penggolongan produk menurut cara penggunaan, misal cream siang dan malam.²⁰

4) Biaya Pemasaran dalam Perspektif Islam

²⁰Mulyadi, *Op. Cit.*, hlm. 488-493.

Secara umum pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al- Qur'an dan hadits.²¹ Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Keberadaan pasar yang terbuka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk ambil bagian dalam penentuan harga, sehingga harga ditentukan oleh kemampuan riil masyarakat dalam mengoptimalkan faktor produksi yang ada didalamnya. Konsep Islam memenuhi bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif.²²

Faktor biaya (*cost*), persaingan (*competition*) dan permintaan (*demand*) adalah hal yang menjadi penentu untuk memperoleh keuntungan dalam transaksi jual beli yaitu penetapan harga.²³ Dalam hal lain juga konsep harga tidak ada dijelaskan secara spesifik dalam al-Qur'an dan Hadist. Laba dalam jual beli dalam Islam diperbolehkan. Dalam mengambil

²¹Bukharai Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, t.t.), hlm. 340.

²²Mustafa Edwin Nasution, et, al., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), hlm. 160.

²³Santi Novitasari, "Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Laba" (Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016), hlm. 49-50.

Laba atau keuntungan tidaklah ditentukan batasan berapa laba maksimal yang boleh diambil atau berapa laba minimal yang harus didapat, dengan syarat pembeli tidak tertipu dengan harga jual sehingga ia tidak merasa ditipu dan harus saling ridho diantara keduanya. Kebebasan dalam menganbil keuntungan sebagaimana fatwa Syaikh Muhammad bin Sholeh al-Utsaimin yang mengatakan, "keuntungan tidak ada batasan tertentu dalam Islam. Karena itu termasuk rizki Allah. Terkadang Allah menggelontorkan banyak rizki kepada manusia. Sehingga kadang ada orang yang mendapatkan untung 100 atau lebih, hanya dengan modal 10."²⁴

5) Pengaruh Biaya Pemasaran dalam Laba Bersih

Committee on Terminology mendefinisikan biaya sebagai "setiap biaya yang telah dibebankan dan dapat dikurangkan dari pendapatan." Sementara itu, *Accounting Principles Boards* (APB) menggambarkannya sebagai kerugian bruto dalam aset atau kenaikan bruto kewajiban yang dicatat dan dinilai menurut prinsip akuntansi yang berlaku sebagai akibat dari operasi pencarian keuntungan perusahaan. Menurut Sofyan Syafri, "jika pengeluaran operasional, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi umum naik, laba akan naik."²⁵ Semua pengeluaran diterapkan pada barang dan jasa yang akan dijual

²⁴Nuri Nisak Tamama, "Loc. Cit.,"Skripsi.

²⁵Sofyan Safri, *Analisis Krisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm.114.

secara menguntungkan (profit). Biaya digambarkan sebagai *trade-off* yang mungkin mengakibatkan hilangnya uang tunai atau aset lain untuk mencapai tujuan yang dapat dibebankan sekarang atau di masa depan.²⁶

Untuk melihat seberapa jauh hasil penjualan efisiensi dan efektivitas penggunaan biaya, biasanya biaya tersebut dibandingkan dengan hasil penjualan, dan hal ini dapat diukur melalui perhitungan rasio untuk dapat melihat seberapa besar laba atau rugi yang didapat perusahaan yang dinyatakan dalam persen (%). Adapun rasio biaya pemasaran sebagai berikut:

$$\frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Pendapatan bersih}} \times 100 \% = \dots \%$$

Rasio ini dapat digunakan untuk menilai efektivitas penggunaan dana yang digunakan dalam rangka aktivitas penjualan melalui perbandingan dengan hasil penjualan dalam suatu periode tertentu. Semakin rendah biaya yang dikeluarkan akan semakin baik.²⁷ Jika pengeluaran operasional, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi umum naik, laba akan naik.²⁸

²⁶Mursyidi, *Akuntansi Biaya* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2008), hlm. 14.

²⁷Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya* (Jakarta: PT Gramedia, 2005), hlm. 87.

²⁸Sofyan Safri, *Analisis Krisis Laporan Keuangan*, hlm. 114.

b. Biaya Administrasi Umum

Biaya administrasi umum merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.²⁹ Biaya administrasi umum yaitu biaya yang berkaitan fungsi administrasi dan umum. Tujuannya adalah untuk kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian suatu perusahaan. biaya administrasi umum meliputi gaji pimpinan/pimpinan, biaya perjalanan dinas, biaya listrik, biaya air, biaya telepon, biaya administrasi kantor, biaya sewa kantor, biaya perawatan, peralatan, biaya asuransi, biaya penyusutan peralatan, kendaraan, dan biaya transportasi.³⁰

1) Biaya Administrasi Umum dalam Perspektif Islam

Faktor biaya (*cost*), persaingan (*competition*) dan permintaan (*demand*) adalah hal yang menjadi penentu untuk memperoleh keuntungan dalam transaksi jual beli yaitu penetapan harga.³¹ Fatwa Syaikh Muhammad bin Sholeh al-Utsaimin yang mengatakan, "keuntungan tidak ada batasan tertentu dalam Islam. Karena itu termasuk rizki Allah. Terkadang Allah menggelontorkan banyak rizki kepada manusia. Sehingga kadang ada orang yang mendapatkan untung

²⁹Ony Widilestariningtyas, dkk., *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 13.

³⁰Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*, hlm. 27.

³¹Santi Novitasari, "Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Laba," hlm. 49-50.

100 atau lebih, hanya dengan modal 10.³² Dalam hal biaya administrasi umum juga tidak ada patokan tentang seberapa banyak keuntungan yang diperoleh dalam transaksi perniagaan baik itu barang ataupun jasa. Akan tetapi dalam perniagaan keuntungan yang diperoleh haruslah selaras dengan modal yang dikeluarkan jangan terlalu banyak terbanyak dan jangan juga tidak memperoleh keuntungan seperti yang disampaikan Ali bin Abi Thalib dalam menjajakan susu di pasar Kufah dan beliau juga berkata, “Wahai para saudagar, ambillah laba atau keuntungan yang pantas bagimu maka kamu akan selamat, dan jangan menolak laba atau keuntungan yang kecil yang kamu terima karenanya akan menghalangi kamu mendapatkan keuntungan yang banyak yang akan kamu terima.”³³

2) Pengaruh Biaya Administrasi Umum Terhadap Laba Bersih

Biaya administrasi umum yaitu biaya yang berkaitan fungsi administrasi dan umum. Tujuannya adalah untuk kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian suatu perusahaan. biaya administrasi umum meliputi gaji pimpinan/pimpinan, biaya perjalanan dinas, biaya listrik, biaya air, biaya telepon, biaya administrasi kantor, biaya

³²Nuri Nisak Tamama, “*Loc. Cit.*,”Skripsi.

³³Nuri Nisak Tamama.

sewa kantor, biaya perawatan, peralatan, biaya asuransi, biaya penyusutan peralatan, kendaraan, dan biaya transportasi.³⁴

Untuk melihat seberapa jauh hasil penjualan efisiensi dan efektivitas penggunaan biaya, biasanya biaya tersebut dibandingkan dengan hasil penjualan, dan hal ini dapat diukur melalui perhitungan rasio untuk dapat melihat seberapa besar laba atau rugi yang didapat perusahaan yang dinyatakan dalam persen (%). Adapun rasio biaya administrasi sebagai berikut:

$$\frac{\text{Biaya administrasi}}{\text{Pendapatan bersih}} \times 100 \% = \dots \%$$

Rasio ini dapat dipakai untuk mengukur efisiensi pelaksanaan administrasi perusahaan. Rasio yang semakin besar menunjukkan kemungkinan pemborosan biaya administrasi. Artinya besarnya biaya administrasi tidak sebanding dengan perkembangan perusahaan dilihat dari hasil penjualan bersihnya.³⁵ Jika pengeluaran operasional, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi umum naik, laba akan naik.³⁶

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasari dari sebuah penelitian terdahulu, baik dari jenis penelitian maupun dari teori yang digunakan, dan metode penelitian yang digunakan penjelasan dibawah ini sebagai berikut:

³⁴Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*, hlm. 27.

³⁵Kuswadi, *Ibid* hlm. 88.

³⁶Sofyan Safri, *Loc. Cit.*, hlm.114.

Tabel II.I
Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Peneliti	Kesimpulan
1.	Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada PT. Gowo Dinasti Motor Hyundai Makassar	Rismayanti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Muhammadiyah Makassar (2018)	Biaya Operasional Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Laba Pada Pt. Gowo Dinasti Motor Hyundai Makassar ³⁷
2	Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada U.K.M Kripik Sehi Sukabumi	Dhany Aprilyana, Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT), 2020 Vol. 1 No.,1	Biaya Administrasi Tidak Berpengaruh Positif dan Signifikan Secara Individu (Parsial Terhadap Laba Bersih, Sedangkan Biaya Pemasaran Berpengaruh Positif dan Signifikan Secara Individu (Parsial) Terhadap Laba Bersih ³⁸
3	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. PP. London Sumatera Indonesia Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Irpan Januarsa, Jurnal Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Vol. 5, No. (2019)	Biaya Pemasaran dan Biaya Produksi Berpengaruh Tidak Signifikan Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. London Sumatera Indonesia, Tbk. Terdaftar di BEI ³⁹
4	Pengaruh Biaya	Yaya Suharya,	Biaya Pemasaran Tidak

³⁷Rismayanti, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada PR. Gowo Dinasti Motor Hyundai Makassar." Skripsi, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.

³⁸Dhani Aprilyana, dkk., "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada U.K.M Kripik Sehi Sukabumi," *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, Vol. 1 No. 1 (2020).

³⁹Irpan Januarsash, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Pada PT. PP. London Sumatra Indonesia, TBK yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Fiancial* Vol. 5, No. 1 (2019).

	Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada Cv Berkah Jaya General Supplier Snack Food	Dkk., Jurnal Bina Akuntansi Vo. 8, No. 2 (2021)	Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Laba Bersih Cv Berkah Jaya General Supplier Snack Food ⁴⁰
5	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada PT. Sumatra Hakarindo Medan	Feren Daslim, dkk., Jurnal Bisnis Kolage	Biaya Produksi secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba pada PT. Sumatra Hakarindo Medan. Sedangkan biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba pada PT. Hakarindo Medan ⁴¹

Sumber: Jurnal penelitian yang dipublikasikan

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sebagai berikut;

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rismayanti yaitu sama-sama meneliti laba. Sedangkan perbedaannya pada penelitian terdahulu pada variabel biaya operasional sedangkan pada penelitian ini terdapat variabel biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dhany Apriyana Wahyu Nugrobo yaitu sama-sama meneliti laba bersih dan perbedaannya,

⁴⁰Yaya Suharya, dkk., "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV Berkah Jaya General Supplier Snack Food," *Jurnal Bina Akuntansi* Vol. 8, No. 2 (2020).

⁴¹Feren Daslim, dkk., "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada PT. Sumatra Hakarindo Medan," *Jurnal Bisnis Kolage* Vol. 5, No. 2 (2019).

pada penelitian terdahulu meneliti biaya operasional sedangkan pada penelitian ini meneliti biaya penjualan dan biaya administrasi umum.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Irpan Januarsa sama-sama meneliti biaya biaya pemasaran dan laba sedangkan perbedaannya, pada penelitian terdahulu meneliti biaya produksi sedangkan pada penelitian ini meneliti biaya administrasi umum.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Yaya Suharya dkk. yaitu sama-sama meneliti laba bersih dan biaya pemasaran. Sedangkan perbedaannya, pada penelitian terdahulu meneliti biaya produksi sedangkan pada penelitian ini meneliti biaya administrasi umum.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan suatu asumsi dasar yang disusun oleh peneliti dan kerangka teori berdasarkan kajian pustaka sebelumnya.⁴² Kerangka pikir diuraikan menurut kerangka yang logis. Kerangka pikir merupakan serangkaian teori yang tertuang pada kerangka teori, dan pada dasarnya adalah gambaran sistematis dalam memberikan solusi maupun alternative dari serangkain permasalahan yang ingin diteliti. Kerangka pikir merupakan suatu model yang menjelaskan bagaimana hubungan suatu teori terhadap faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴³

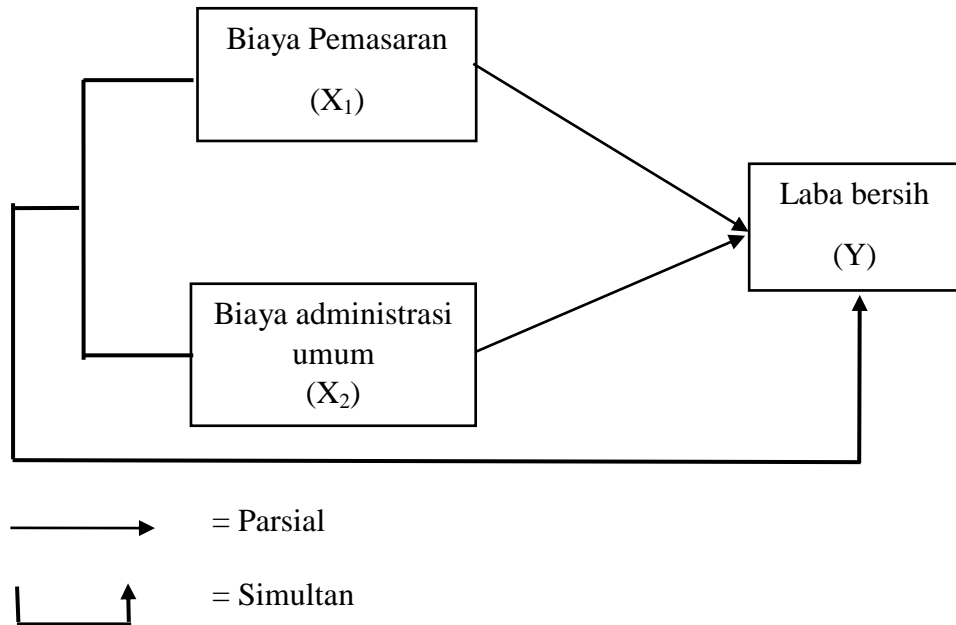
Biaya pemasaran dan administrasi umum merupakan variabel yang menjadi salah satu penentu dalam menjalankan suatu usaha sehingga pada

⁴²Firdaus Fakhri Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 75.

⁴³Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), hlm. 88.

tujuan akhir memperoleh laba yang diharapkan. Pada setiap tinggi ataupun rendahnya biaya yang dikeluarkan akan memberi pengaruh yang signifikan terhadap jumlah beban yang ada.

Gambar II.1
Kerangka Berpikir



Dari gambar bagan di atas menyajikan hubungan variabel Biaya Pemasaran (X_1) dengan Biaya Administrasi Umum (X_2) sebagai variabel independen terhadap Laba Bersih (Y) sebagai variabel dependen. Penjelasan kerangka pikir diatas yaitu biaya pemasaran mempunyai pengaruh terhadap laba bersih, biaya administrasi dan umum mempunyai pengaruh terhadap laba bersih, dan biaya pemasaran dan administrasi umum mempunyai pengaruh terhadap laba bersih.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan jawaban yang diajukan berdasarkan rumusan masalah.⁴⁴ Adapun fungsi dari hipotesis merupakan sebagai acuan agar mampu mengarahkan penelitian sehingga sesuai dengan yang

⁴⁴Jubilee Enterprise, *SPSS Untuk Pemula* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 3.

diharapkan peneliti. Berdasarkan Landasan Teori dan Kerangka Berfikir diatas dapat dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H_{a1} = Biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

H_{01} = Biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

H_{a2} = Biaya administrasi umum tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

H_{02} = Biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

H_{a3} = Biaya pemasaran dan biaya administrasi umum tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

H_{03} = Biaya pemasaran dan biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. yang diakses melalui webside <http://www.idnfinancil.com>. Adapun waktu penelitian ini dimulai pada bulan Januari 2022-Juni 2022

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang melibatkan angka dan dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan dan hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi suatu variabel yang lain.⁴⁵

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai karakteristik kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti serta kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁶ Populasi merupakan keseluruhan data yang ingin peneliti teliti. Populasi merupakan kelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa orang , objek, transaksi atau kejadian dimana peneliti tertarik untuk

⁴⁵ Jubilee E nterprise, *SPSS Untuk Pemula* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 22.

⁴⁶Wiratna Sujarweni, *Loc. Cit.*, hlm. 80.

mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.⁴⁷ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan tahunan PT. Astra Agro Lestari, Tbk. dari tahun 2014-2021 yang terdiri dari 32 laporan keuangan per triwulan

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik yang memiliki populasi. Pengambilan sampel menurut Suharsimi, jika subjeknya lebih kecil 100 sebaiknya diambil semua dari populasi, jika subjeknya lebih besar 100 dapat diambil 10-15 %. Atau 20-25 % lebih tergantung kemampuan peneliti dari berbagai macam segi.⁴⁸

Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *total sampling*. *Total sampling* merupakan keseluruhan sampel merangkap sebagai sampel penelitian. *Total sampling* adalah sampel yang memiliki jumlah yang relatif kecil atau lebih kecil 100.⁴⁹ Jumlah laporan keuangan per triwulan perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021 adalah 32 laporan keuangan. Karena sampelnya lebih kecil 100 maka seluruh laporan keuangan PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021 menjadi sampel dalam penelitian ini. Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 32 sampel

⁴⁷Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset dan Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 103.

⁴⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013) hlm. 174.

⁴⁹Suharsimi Arikunto, *Ibid.*, hlm 176.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁵⁰ Instrumen data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan memanfaatkan data yang sudah diolah atau dengan menggunakan data sekunder. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau laporan yang telah tersedia

1. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahasa yang berbentuk dokumentasi. Sebagian datanya berbentuk surat, catatan harian, laporan maupun foto.⁵¹ Penelitian ini menggunakan data dokumentasi sekunder. Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak lain.

2. Studi Kepustakaan digunakan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis dengan mencari informasi tertulis dan sistematis dari beberapa ahli yang dapat memperluas wawasan.⁵² Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersumber dari buku, jurnal, tentang Ekonomi Syariah, dan data yang berasal dari website tertentu.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan aplikasi dari logika untuk memahami dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan mengenai subjek

⁵⁰ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama, 2015), hlm. 76.

⁵¹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 372.

⁵² Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 141.

permasalahan teknik analisis yang sesuai ditentukan oleh kebutuhan-kebutuhan informasi manajemen, karakteristik atas desain penelitian sifat-sifat data yang dikumpulkan.

1. Uji Asumsi Dasar

a. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistik data berupa mean, sum, maksimum, standar deviasi dan untuk mengukur distribusi apakah normal atau tidak. Analisis statistik deskriptif merupakan metode statistik yang bertugas mempelajari tata cara pengumpulan, pencatatan, penyusunan, dan penyajian data penelitian dalam bentuk tabel frekuensi atau grafik dan selanjutnya dilakukan pengukuran nilai-nilai statistik, seperti mean, range, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorow-Smirnov Test*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.⁵³ Akan ada dua macam asumsi berdasarkan angka signifikansi yaitu:

- 1) Data berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $(p) > 0,05$

⁵³Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 89.

2) Data berdistribusi tidak normal apabila nilai signifikansi $(p) < 0,05$.⁵⁴

c. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier, dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear jika signifikansinya (linearity) kurang dari 0,05.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan. Sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Oleh karenanya sebuah model sebelum digunakan harus memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk memenuhi ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedetif pada model regresi. Bilamana salah satunya tidak dapat terpenuhi maka hasil regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (Best Linier Unbiased Estimator).⁵⁵ Uji asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji Multikolinieritas

⁵⁴Sufren & Yonathan Natanael, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 68.

⁵⁵Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, hlm. 368.

Uji Multikolinieritas artinya unsur antar variabel independen yang dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensinya adanya multikolinieritas adalah koefisien korelasinya tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Adapun kriteria pengujiannya dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor (VIF)* kurang dari 10 dan *tolerance* lebih 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang lebih baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain: metode korelasi Spearman's melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji park, dan uji glejser. Dasar pengujian dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas memakai metode grafik untuk melihat pola titik-titik pada grafik regresi.

3. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis peneliti akan dihadapkan pada sekumpulan sampel dan kesimpulan analisis sampel tersebut akan ditarik kesimpulan umum yang merupakan kesimpulan populasi. Adapun yang akan diuji dalam pengujian hipotesis ini yaitu: Analisis Determinasi (R^2), uji signifikansi parsial/individu, uji signifikansi simultan (Uji F).

a. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel dependen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Parsial/ Individual (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y secara parsial dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Adapun variabel dalam penelitian ini X_1 biaya pemasaran dan X_2 biaya administrasi dan umum dan Y laba bersih. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian ini yaitu:

1) Merumuskan hipotesis

H_0 = koefisien regresi tidak signifikan

H_a = koefisien regresi signifikan

2) Menentukan nilai t hitung dan nilai signifikansi

3) Menentukan nilai t tabel dengan ketentuan nilai $\alpha/2 = 0,05/2=0,025$ dan derajat kebebasan (df) = $n-k-1= 32-2-1=29$

4) Kriteria pengujian hipotesis

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut:

1) Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_a ditolak, H_0 diterima.

2) Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_a diterima, H_0 ditolak

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model menyampaikan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam F adalah:

Apabila $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Apabila $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

F. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini 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.⁵⁶ Persamaan umum regresi berganda dalam penelitian adalah:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

LB = Laba bersih

α = Nilai konstan

b_1 b_2 = Koefisien regresi berganda (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X_1 = Biaya Pemasaran

X_2 = Biaya Administrasi Umum

e = *error term*

Nilai α dan b diperoleh melalui metode kuadrat terkecil biasa (method of least squares), tujuan digunakannya analisis regresi berganda

⁵⁶Dwi Priyanto, *Loc. Cit.*, hlm.73.

adalah untuk mengetahui besar pengaruh biaya pemasaran (X_1) dan biaya administrasi umum (X_2) terhadap laba bersih.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat dan Perkembangan PT. Astra Agro Lestari Tbk.

PT. Astra Agro Lestari Tbk. (Perseroan) mulai mengembangkan industri perkebunan di Indonesia sejak lebih dari 30 Tahun yang lalu. Berawal dari perkebunan ubi kayu, kemudian mengembangkan tanaman karet, hingga pada tahun 1984 dimulailah budidaya tanaman kelapa sawit di Provinsi Riau. Kini, perseroan terus berkembang dan saat ini menjadi salah satu perusahaan perkebunan kelapa sawit dengan tata kelola terbaik dengan luas areal kelola mencapai 297.011 hektar yang tersebar di Pulau Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi.

Dalam mengelola perkebunan kelapa sawit, sejak awal berdirinya, perseroan telah membangun kerjasama dengan masyarakat dalam bentuk kemitraan inti plasma dan IGA (*Income Generating Activity*) atau kegiatan peningkatan ekonomi masyarakat baik melalui budidaya sawit maupun non sawit. Sampai dengan tahun 2016, perseroan telah bekerjasama dengan 51.709 petani kelapa sawit yang bergabung dalam 2.396 kelompok tani. Kerjasama ini memastikan bahwa kehadiran perkebunan kelapa sawit yang dikelola perseroan juga memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar.

Seiring dengan pertumbuhan usaha perseroan, pada tahun 1997 perseroan melakukan Penawaran Saham Perdana (*Initial Public Offering/*

IPO) di Bursa Efek Indonesia (saat ini Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya). Pada tahun 2016, perseroan juga melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) senilai kurang lebih Rp. 4 Triliun. Dengan langkah-langkah korporasi yang telah dilakukan perseroan, saat ini kepemilikan saham publik Perseroan mencapai 20,32% dari total, 1.92 Milyar saham yang beredar. Kepercayaan investor yang tinggi terhadap Perseroan dicerminkan dengan posisi harga saham yang kuat.⁵⁷

2. Struktur Umum Organisasi PT. Astra Agro Lestari Tbk.

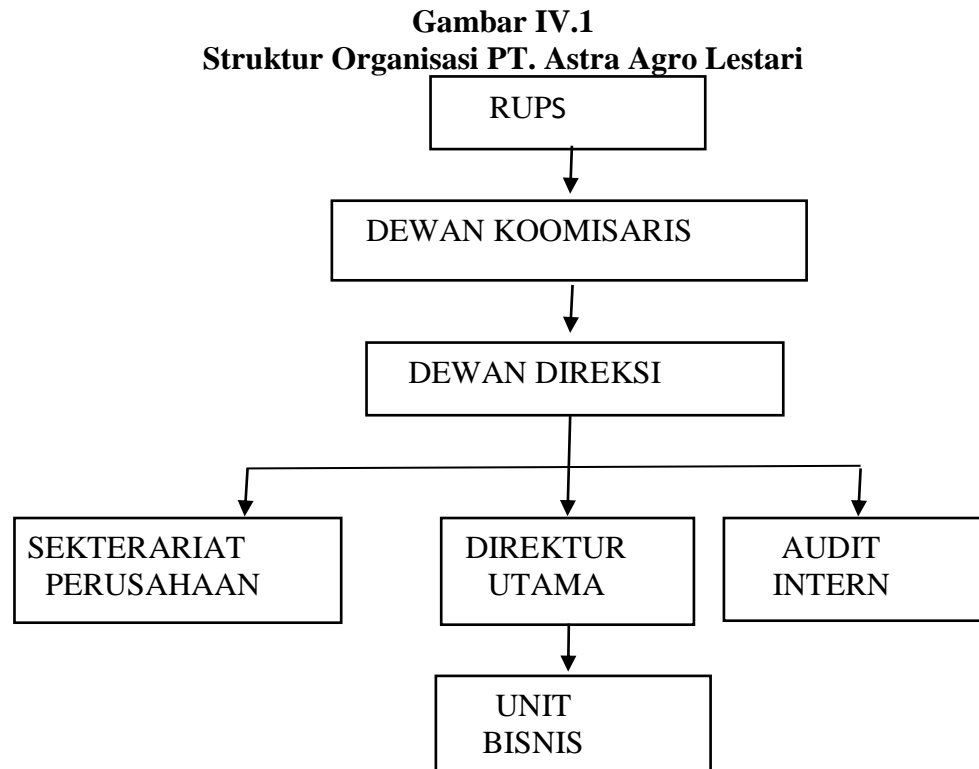
Dalam suatu organisasi atau perusahaan pimpinan adalah kedudukan tertinggi yang merupakan hasil penentuan dalam rapat anggota. Seorang pemimpin harus dapat mengawasi bawahannya dan menciptakan suasana kerja yang kondusif bagi karyawannya. Seorang pemimpin yang baik tidak akan melakukan pekerjaan sendiri tanpa ada bantuan dari orang lain, setiap elemen atau bagian yang ada dalam perusahaan harus bekerja sama sehingga dengan demikian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan akan tercapai.

Struktur organisasi merupakan bagian sistematis yang menunjukkan kedudukan atau jenjang yang telah ditentukan untuk menunjukkan gambaran hubungan tugas dan tanggung jawab, fungsi dan wewenang dari masing-masing individu atau bagian sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik. Dengan struktur organisasi dapat diketahui tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing bagian

⁵⁷*Profil Singkat PT. Astra Agro Lestari, Tbk., t.t.*

dalam organisasi, sehingga memudahkan pemimpin untuk mengawasi bawahannya serta untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Adapun struktur organisasi PT Astra Agro Lestari Tbk. adalah sebagai berikut:



Sumber : PT Astra Agro Lestari

Dimana yang menduduki posisi dalam struktur organisasi tersebut antara lain:

a. Dewan Komisaris

- 1) Presiden komisaris : Prijono Sugiarto
- 2) Wakil presiden komisaris : Chiew Sin Cheok
- 3) Komisaris : Gunawan Geniusahardja
- 4) Komisaris : Simon Collier Dixon

- 5) Komisaris (independen) : Stephen Z. Satyahadi
- 6) Komisaris (independen) : Patrick M. Alexander
- 7) Komisaris (Independen) : H. S Dillion

b. Dewan Direksi

- 1) Presiden Direktur : Widya Wiryawan
- 2) Wakil Presiden Direktur : Tonny Hermawan Koerhidayat
- 3) Direktur : Bambang Palgoenadi
- 4) Direktur : Santoso
- 5) Direktur : Juddy Arianto
- 6) Direktur : Joko Supriyono

c. Anggota Komisi

d. Karyawan

Setiap bagian yang ada pada struktur organisasi diatas memiliki perannya masing-masing. Berikut ini akan diuraikan secara terperinci bagian-bagian struktur organisasi tersebut :

1) Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Rapat Umum Pemegang Saham merupakan rapat dari semua pemegang saham dimana dalam rapat tersebut semua pemegang saham memiliki kekuasaan tertinggi dalam perusahaan. RUPS biasanya diadakan paling sedikit sekali dalam 58 satu tahun selambat-lambatnya enam bulan sesudah tahun buku yang bersangkutan. Dalam rapat setiap pemegang saham berhak mengeluarkan pendapat paling sedikit satu suara. Keputusan rapat

diperoleh melalui suara terbanyak, kecuali akte pendirian menentukan kelebihan suara lebih besar, misalnya dua pertiga suara yang dikeluarkan. Kewajiban pemegang saham adalah menyetor bagian saham yang harus dibayar dan selama bagian saham yang belum dibayar penuh, maka tidak boleh dipindahkan ke tangan lain tanpa persetujuan perusahaan. Adapun hak pemegang saham adalah;

- a) Menerima Dividen untuk dari setiap saham yang dimilikinya.
- b) Menghindari rapat umum pemegang saham.
- c) Memberikan suara pada rapat-rapat umum perusahaan.
- d) Mendapat pembayaran kembali saham yang telah dibayar jika perusahaan dibubarkan.

2) Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan pemegang saham yang mempunyai kekuasaan dan wewenang tertinggi. Dewan komisaris diangkat dan diberhentikan oleh rapat umum pemegang saham. Adapun hak dewan komisaris adalah;

- a) Dewan komisaris berhak memberhentikan direksi dari tugasnya jika tindakan direksi merugikan perusahaan.
- b) Dewan secara individu maupun bersama-sama bisa memasuki wilayah perusahaan seperti memeriksa pembukuan dari surat-surat milik perusahaan, memeriksa persediaan barang, uang kas serta melakukan pengawasan dengan baik.

- c) Berhak memanggil rapat umum perusahaan, kecuali jika di dalam akte pendirian telah ditetapkan.

Sedangkan yang menjadi kewajiban dewan komisaris adalah;

- a) Menjaga agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan perusahaan.
- b) Mengawasi direksi agar tidak berbuat hal-hal yang bertentangan dengan keputusan rapat.
- c) Turut serta menandatangani laporan tahunan perusahaan.
- d) Mendengar laporan para ahli yang memeriksa laporan tahunan perusahaan.

3) Dewan Direksi

Adapun yang menjadi hak dan kewajiban dewan direksi adalah sebagai berikut;

- a) Dewan direksi berhak melakukan tugas yang diarahkan kepadanya sesuai dengan keputusan rapat umum pemegang saham.
- b) Dewan direksi berhak bertindak keluar atas nama perusahaan dengan tidak melampaui batas-batas kekuasaannya dan tidak bertentangan dengan perusahaan.
- c) Wajib mengurus kekayaan perusahaan.
- d) Wajib menjalankan usaha-usaha perusahaan.
- e) Mewakili perusahaan di dalam dan luar pengadilan, maksudnya dewan direksi wajib melaksanakan tindakan yang berkaitan dengan administrasi, memimpin jalannya roda bisnis

perusahaan dan melakukan panggilan terhadap para pemegang saham.

- f) Dewan direksi wajib bertanggung jawab terhadap dewan komisaris.
- g) Memimpin dan menentukan arah, strategi dan kebijakan perusahaan.

4) Sekretariat Perusahaan

Tugas dan tanggung jawab sekretaris perusahaan pada intinya adalah berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan otoritas pasar modal, pemegang saham, investor dan pemangku kepentingan lainnya. Sekretaris perusahaan juga berfungsi sebagai pemberi masukan kepada direksi atas pemenuhan-pemenuhan yang harus dilakukan perusahaan terhadap ketentuan-ketentuan pasar modal yang berlaku, utamanya yang berkaitan dengan tata kelola perusahaan. Dalam menjalankan fungsinya, Sekretaris Perusahaan di Perseroan dibantu terutama oleh Divisi *Corporate Legal*, Investor dan *Public Relations (Corporate Communications)*. Membantu dalam pengelolaan dokumen-dokumen perusahaan seperti daftar pemegang saham, risalah-risalah rapat serta memastikan bahwa perseroan telah mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku.

5) Direktur Utama

Direktur utama sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab dalam memimpin dan mengelola perseroan sesuai dengan Visi, Misi, strategi dan tujuannya. Masing-masing anggota direksi melaksanakan tugas dan mengambil keputusan sesuai dengan tugas dan wewenangnya. Pengangkatan, pemberhentian, pembagian tugas dan wewenang anggota direksi ditetapkan dalam RUPS. Seluruh anggota direksi merupakan tenaga profesional sesuai dengan kompetensinya. Kegiatan rutin Direksi antara lain:

- a) Evaluasi informasi keuangan dan memutuskan kebijakannya untuk tingkat korporasi maupun perusahaan anak setiap bulan.
- b) Evaluasi terhadap entitas usaha dan memutuskan kebijakannya (divisi/fungsional, area, perusahaan anak) setiap bulan.
- c) Komunikasi manajemen dengan seluruh jajaran direksi dan departemen.

6) Audit Intern

Komite Audit adalah komite yang dibentuk dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris. Anggota Komite Audit Perseroan berjumlah 3 (tiga) orang, salah satunya menjabat ketua. Ketua Komite Audit dirangkap oleh Komisaris Independen. Seluruh anggota Komite Audit merupakan pihak Independen dan profesional yang dipilih sesuai kompetensinya. Komite Audit telah

menjadi anggota dalam Ikatan Komite Audit Indonesia. Komite Audit bertugas membantu Dewan Komisaris untuk memastikan bahwa:

- a) Laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum.
- b) Struktur pengendalian internal perusahaan dilaksanakan dengan standar audit yang berlaku.
- c) Pelaksanaan audit internal maupun eksternal dilaksanakan dengan standar audit yang berlaku.
- d) Tindak lanjut temuan hasil audit dan risk manajemen dilaksanakan oleh manajemen.
- e) Perseroan mematuhi peraturan dan perundangan yang berlaku.

7) Unit Bisnis

Unit Bisnis adalah semua anak perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk. yang berada di daerah-daerah di Indonesia. Masing-masing unit memiliki direktur yang bertanggung jawab untuk mengawasi segala kegiatan yang ada di daerahnya masing-masing dan menyampaikan laporannya ke kantor pusat.

3. Visi dan Misi PT. Astra Agro Lestari Tbk.

a. Visi

Menjadi perusahaan agribisnis yang paling produktif dan paling inovatif di dunia.

- b. Misi Menjadi panutan dan berkontribusi pada pembangunan dan kesejahteraan bangsa.

B. Deskriptif Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan keuangan PT. Astra Agro Lestari Tbk., periode 2014-2021 dapat dilihat deskriptif hasil penelitian mengenai variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini dengan melihat tabel dan grafik di bawah ini:

1. Biaya Pemasaran

Untuk melihat perkembangan tingkat pertumbuhan perputaran persediaan periode 2009-2016 per triwulan dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

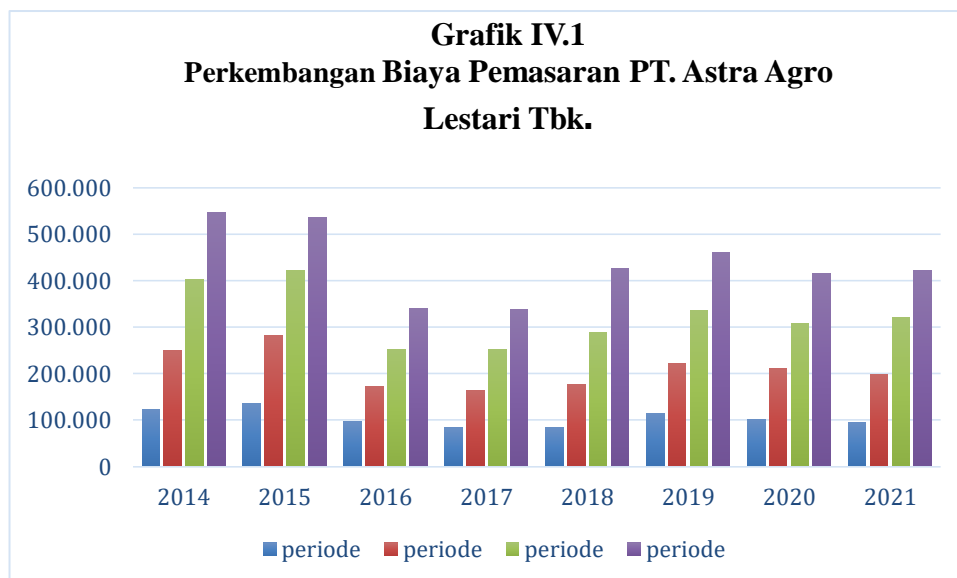
Tabel IV.I
Perkembangan Biaya Pemasaran PT. Astra Agro Lestari Tbk.

Tahun	Periode (Tercatat Dalam Jutaan Rupiah)			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2014	123.487	249.068	402.179	546.886
2015	135.743	282.310	421.566	537.533
2016	96.523	173.173	251.564	340.780
2017	83.187	163.560	252.370	337.933
2018	84.793	177.518	288.160	427.554
2019	115.308	221.906	335.968	460.839
2020	101.907	211.077	307.647	416.725
2021	94.757	199.189	320.179	421.399

Sumber Data: www.idnfinancial.co.id (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.1 di atas Biaya Pemasaran pada PT Astra Agro Lestari Tbk. dari tahun 2014-2021 selalu mengalami kenaikan dari triwulan I sampai triwulan IV. Mengacu pada tabel di atas biaya pemasaran terbesar pada tahun 2019 triwulan IV yaitu Rp.

460.839.000.000. Sedangkan biaya pemasaran terendah pada tahun 2017



triwulan I yaitu Rp. 83.187.000.000 Perkembangan biaya pemasaran untuk lebih jelasnya peneliti menyajikan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

Sumber Data: www.idnfinancial.co.id (data diolah)

2. Biaya Administrasi Umum

Untuk melihat biaya administrasi umum periode 2014-2021 per triwulan dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

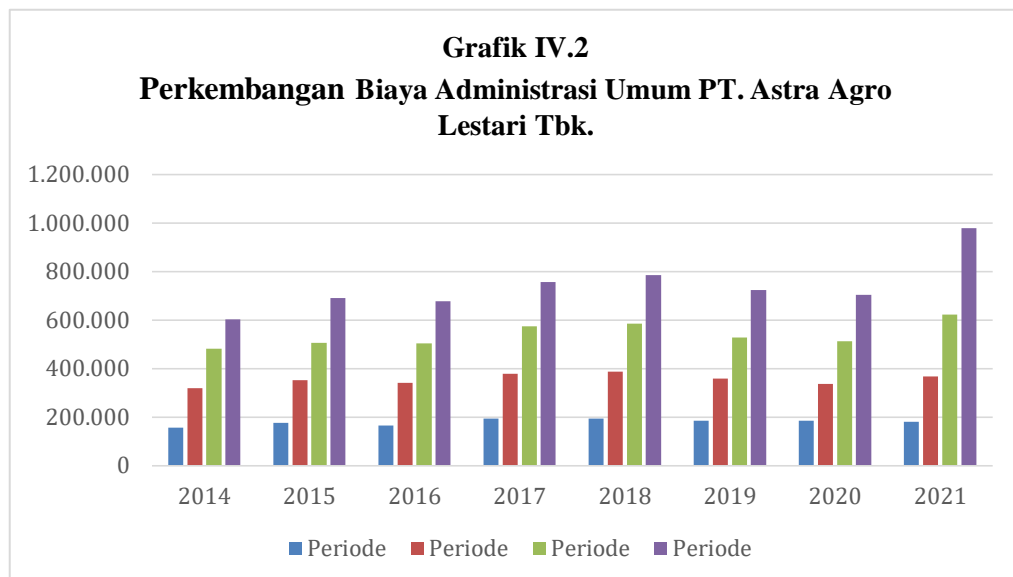
Tabel IV.2
Perkembangan Biaya Administrasi Umum PT. Astra Agro Lestari
Tbk.

Tahun	Periode (Tercatat Dalam Jutaan Rupiah)			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2014	155.263	319.917	482.657	602.548
2015	176.623	351.719	506.371	691.412
2016	165.307	341.413	504.416	676.626
2017	194.256	378.835	575.021	756.418
2018	194.535	387.224	585.351	786.046

2019	184.174	358.257	528.958	723.359
2020	185.270	336.239	511.624	704.009
2021	179.571	366.690	621.879	978.957

Sumber Data: www.idnfinancial.co.id (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.2 biaya administrasi umum pada PT. Astra Agro Lestari Tbk. dari tahun 2014-2016 triwulan I sampai IV selalu mengalami kenaikan. Mengacu pada tabel di atas biaya administrasi umum terbesar pada tahun 2021 triwulan IV yaitu Rp. 978.957.000.000 Sedangkan biaya administrasi umum terendah pada tahun 2014 triwulan I yaitu Rp. 155.263.000.000 Perkembangan biaya administrasi umum untuk lebih jelasnya peneliti menyajikan dalam bentuk grafik sebagai



berikut:

Sumber Data: www.idnfinancial.co.id (data diolah)

3. Laba Bersih

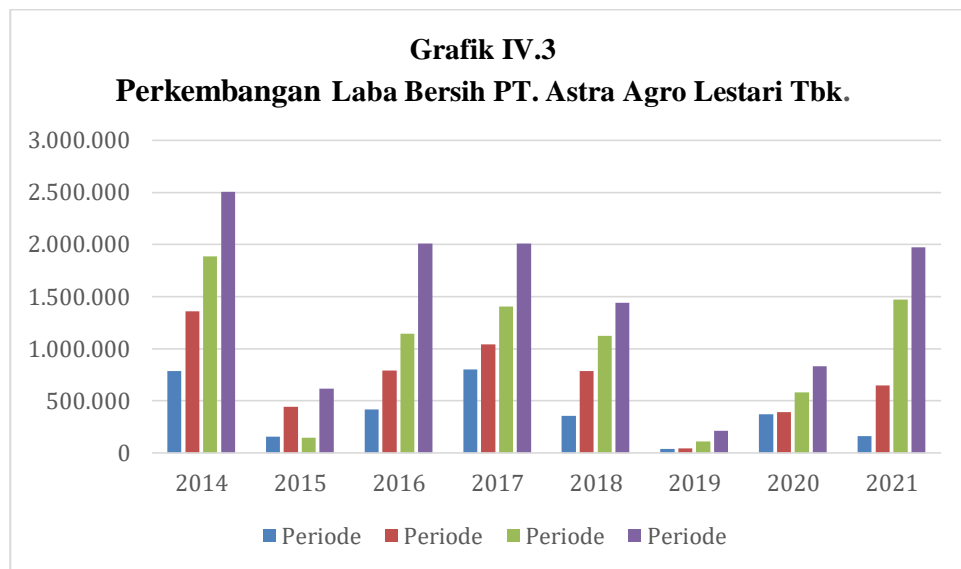
Untuk melihat tingkat perkembangan laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari Tbk. pada tahun 2014-2021 triwulan I sampai IV dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel IV.3
Perkembangan Laba Bersih PT. Astra Agro Lestari Tbk.

Tahun	Periode (Tercatat Dalam Jutaan Rupiah)			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2014	784.607	1.360.018	1.883.743	2.504.467
2015	156.091	444.413	144.986	619.107
2016	417.542	792.139	1.145.349	2.006.973
2017	801.030	1.043.583	1.406.051	2.010.332
2018	355.459	783.908	1.123.920	1.438.511
2019	37.414	43.716	111.183	211.117
2020	371.063	391.901	582.549	833.090
2021	162.433	649.342	1.469.197	1.971.365

Sumber Data: www.idnfinancial.co.id (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.3 Laba Bersih pada PT. Astra Agro Lestari Tbk. dari tahun 2014-2016 triwulan I sampai IV selalu mengalami kenaikan. Mengacu pada tabel di atas Laba Bersih terbesar pada tahun 2014 triwulan IV yaitu Rp. 2.504.467.000.000 Sedangkan Laba Bersih terendah pada tahun 2019 triwulan I yaitu Rp. 37.414.000.000 Perkembangan Laba Bersih untuk lebih jelasnya peneliti menyajikan dalam bentuk grafik sebagai berikut:



Sumber Data: www.idnfinancial.co.id (data diolah)

C. Hasil Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a. Analisis Deskriptif

Hasil uji Deskriptif pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.4
Descriptive Statistics

	N	Min	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Kurtosis	
							Statistic	Std. Error
Biaya Pemasaran	32	1,23	40,16	662,40	20,699	11,78054	-	,809
Biaya Administrasi Umum	32	1,55	52,60	866,37	27,0740	15,44591	-	,809
Lab a Bersih	32	7,85	186,22	3105,11	97,0348	53,97834	-	,809
Valid N (listwise)	32							

b. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

		Unstandardized Predicted Value
N		32
Normal Parameters ^b	Mean	97,0347750
	Std. Deviation	53,97833646
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,069
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 c ^d

Berdasarkan hasil output uji normalitas menggunakan SPSS versi 22 pada tabel One Sample Kolmogorov Smirnov Test, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk data uji normalitas sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

c. Uji linearitas

Hasil uji linearitas dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

1) Variabel Biaya Pemasaran dengan Laba Bersih

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Biaya Pemasaran *	Betwee n	(Com bined)	6560,847	2	3280,424	113,929	,000
Biaya Pemas	Gro ups	Linea rity	6560,847	1	6560,847	227,857	,000

aran Baru		Devia tion from Linea rity	,000	1	,000	,000	1,000
	Within Groups		835,017	29	28,794		
	Total		7395,864	31			

Berdasarkan hasil output melalui tabel hasil uji linearitas diperoleh nilai signifikansi pada deviation from linearity sebesar $1,000 > 0,05$. Artinya Biaya Pemasaran memiliki hubungan yang linier terhadap laba bersih.

2) Variabel Biaya Administrasi Umum dengan Laba Bersih

Tabel IV. 7 ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Biaya Admi nistras i Umu m * adm baru	Bet wee n Gro ups	(Com bined)	5830,208	2	2915,104	91,372	,000
		Linea rity	5792,135	1	5792,135	181,550	,000
		Devia tion from Linea rity	38,073	2	38,073	1,193	,284
	Within Groups		893,305	28	31,904		
	Total		6723,513	31			

Berdasarkan hasil output melalui tabel hasil uji linearitas diperoleh nilai signifikansi pada deviation from linearity sebesar

0,284 > 0,05. Artinya Biaya Administrasi Umum memiliki hubungan yang linier terhadap laba bersih.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,420	,000		.	.		
	Biaya Administrasi Umum	3,495	,000	1,000	.	.	.181	5.523
	Biaya Pemasaran	4,582	,000	1,000	.	.	.181	5.523

Berdasarkan hasil output melalui tabel coefficients, dapat diketahui bahwa nilai tolerance kedua variabel masing-masing sebesar 0,181 > 0,10 dan variance inflation factor (VIF) masing-masing sebesar 5,523 < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.617	.383		4.771	.000		
Biaya Pemasaran	.892	.678	-.348	-.807	.426	.181	5.523
Biaya Administrasi Umum	.978	.996	.306	.708	.485	.181	5.523

Berdasarkan uji diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi biaya pemasaran $0,426 > 0,05$ dan biaya administrasi umum $0,485 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis determinasi R^2

Hasil uji hipotesis dalam penelitian Analisis determinasi R^2 ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.623	.540	.57000

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi Umum

Berdasarkan tabel 4.12 di atas diperoleh angka R Square sebesar 0,623 atau 62,3% artinya biaya pemasaran, biaya administrasi umum dan laba bersih mampu menjelaskan variabel

dependen yaitu laba bersih sebesar 62,3% sedangkan 37,7 dijelaskan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

b. Uji t (t-hitung) atau uji parsial

Hasil Uji t dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.953	.556		2.890	.007
Biaya Pemasaran	.279	.610	.006	.341	.736
Biaya Administrasi Umum	.540	.660	.994	58.729	.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan uji t di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel pada tabel statistik taraf signifikansi 0,05 dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $32 - 2 - 1 = 29$ sebesar 1,699, yaitu:

- 1) Variabel biaya pemasaran t_{hitung} adalah 0,341 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ yaitu $1,699 > 0,341$. Maka H_{a1} diterima H_{01}

ditolak, artinya biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

- 2) Variabel biaya administrasi umum t_{hitung} adalah 58.729 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{tabel} < t_{hitung}$ yaitu $1,699 < 58.729$. Maka H_{a2} ditolak H_{02} diterima, artinya biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

c. Uji f

Hasil Uji f dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel IV.12						
ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.200	2	7.100	9624.781	.000 ^b
	Residual	3.621	29	2.539		
	Total	7.900	31			
a. Dependent Variable: Laba Bersih						
b. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi Umum, Biaya Pemasaran						

Berdasarkan uji F dari tabel diatas dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 9624.781, sedangkan pada taraf signifikansi 0,05 nilai F_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus ($df = n-k-1$ atau $32-2-1= 29$, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,33. Dalam hal ini nilai $F_{tabel} < F_{hitung}$ yaitu $3,33 < 9624.781$. Maka H_{03} diterima H_{a3} ditolak, artinya biaya pemasaran dan biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

4. Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.953	7.556		2.890	.007
Biaya Pemasaran	20.279	3.610	.006	.341	.736
Biaya Administrasi Umum	17.540	2.660	.994	58.729	.000

Berdasarkan hasil output, maka dapat diperoleh persamaan regresi

linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 4.953 + 20.279 X_1 + 17.540 X_2$$

- Nilai konstanta (α) sebesar 4.953 menunjukkan bahwa jika biaya pemasaran dan administrasi umum nilainya tetap, maka nilai laba bersih naik sebesar 4.953
- Koefisien biaya pemasaran sebesar 20.279 menunjukkan arah hubungan antara biaya pemasaran dan laba bersih. Setiap kenaikan biaya pemasaran sebesar satu satuan, maka laba bersih perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar $4.953 + 20.279 = 25.232$ dengan asumsi variabel independen lain tetap.
- Koefisien biaya administrasi umum sebesar 17.540 menunjukkan arah hubungan antara biaya administrasi umum dengan laba bersih. Setiap

kenaikan biaya administrasi umum sebesar satu satuan, maka laba bersih perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar $4.953 + 17.540 = 22.493$ dengan asumsi variabel independen lain tetap.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih

Berdasarkan uji t di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel pada tabel statistik taraf signifikansi 0,05 dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $32 - 2 - 1 = 29$ sebesar 1,699. Variabel biaya pemasaran t_{hitung} adalah 0,341 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ yaitu $1,699 > 0,341$. Maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak, artinya biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang disampaikan Kuswadi dalam buku yang berjudul Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya dimana usaha yang dilakukan untuk menaikkan laba adalah dengan mengeluarkan biaya-biaya seoptimal mungkin. Sehingga biaya yang terlalu tinggi akan berdampak negatif terhadap laba.⁵⁸

Hal ini juga didukung oleh Yaya Suharya dalam penelitiannya Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada CV Berkah Jaya General Supplier Snack Food yang dimana dalam

⁵⁸Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*, hlm.2.

penelitiannya dihasilkan biaya pemasaran tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih⁵⁹

Jadi dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan biaya produksi akan menyebabkan penurunan laba. Hal ini juga berarti bahwa meskipun biaya penjualan yang dikeluarkan tinggi dan cenderung meningkat akan tetapi penjualan juga meningkat maka keuntungan dalam perusahaan akan terus meningkat.

2. Pengaruh Biaya Administrasi Umum Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan uji t di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel pada tabel statistik taraf signifikansi 0,05 dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $32 - 2 - 1 = 29$ sebesar 1,699. Variabel biaya administrasi umum t_{hitung} adalah 58.729 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,699 < 58.729$. Maka H_{a2} ditolak H_{02} diterima, artinya biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

Hal ini tentu sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kuswadi dalam buku yang berjudul Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya dimana apabila untuk menaikkan laba maka usaha yang dilakukan adalah dengan mengeluarkan biaya seoptimal mungkin.⁶⁰

⁵⁹Yaya Suharya, dkk., "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV Berkah Jaya General Supplier Snack Food."

⁶⁰Kuswadi, *Ibid.*, hlm. 2.

Dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan biaya administrasi umum baik dari listrik, pemakaian air, pemakaian mesin, photo copy, dan lain lain tidak dikelola dengan seminimal mungkin maka akan terjadi pemborosan biaya sehingga berdampak buruk pada laba.

3. Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan uji F dari tabel diatas dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 9624.781, sedangkan pada taraf signifikansi 0,05 nilai F_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus ($df = n-k-1$ atau $32-2-1= 29$, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,33. Dalam hal ini nilai $F_{tabel} < F_{hitung}$ yaitu $3,33 < 9624.781$. Maka H_{03} diterima H_{a3} ditolak, artinya biaya pemasaran dan biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Kuswadi dalam buku yang berjudul Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya dimana untuk dapat meningkatkan laba maka harus mengeluarkan biaya seoptimal mungkin, atau cara lain dengan meningkatkan laba adalah dengan meningkatkan jumlah penjualan dan produksi dengan catatan biaya yang dikeluarkan tetap.

Penelitian ini juga didukung oleh Dhany Aprilyana dalam penelitiannya Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada U.K.M Keripik Sehi Sukabumi. Dimana didalam penelitiannya Biaya

Administrasi Umum dan Biaya Pemasaran memiliki pengaruh terhadap peningkatan laba

Dapat disimpulkan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum yang menaik maka akan memberi dampak buruk pada peningkatan laba apalagi jika jumlah penjualan dan hasil produksi tidak sesuai dengan biaya yang dikorbankan.

E. Keterbatasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh maksimal. Namun dalam prosesnya tidaklah mudah, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Temuan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain perputaran persediaan dan perputaran aktiva tetap masih terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi Laba Bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk.
2. Populasi dalam penelitian ini hanya laporan keuangan PT. Astra Agro Lestari, Tbk. yang diambil melalui situs resmi *www.idx.co.id*.
3. Keterbatasan mengambil data dan tahun dalam penelitian ini yang berbentuk data sekunder, dimana peneliti hanya mengambil data seperlunya saja
4. Keterbatasan dalam mengambil variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu variabel yang hanya berfokus pada variabel biaya pemasaran, administrasi umum, dan laba bersih.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya pemasaran dan administrasi umum terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil analisis, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis determinasi nilai R Square sebesar 0,623 atau 62,3% artinya biaya pemasaran, biaya administrasi umum dan laba bersih mampu menjelaskan variabel dependen yaitu laba bersih sebesar 62,3% sedangkan 37,7 dijelaskan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel biaya pemasaran t_{hitung} adalah 0,341 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{tabel} > t_{hitung}$ yaitu $1,699 > 0,341$. Maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak, artinya biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.
3. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel biaya administrasi umum t_{hitung} adalah 58.729 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{tabel} < t_{hitung}$ yaitu $1,699 < 58.729$. Maka H_{a2} ditolak H_{02} diterima, artinya biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.
4. Berdasarkan uji F dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 9624.781, sedangkan pada taraf signifikansi 0,05 nilai F_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus ($df = n-k-1$ atau $32-2-1= 29$, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel}

sebesar 3,33. Dalam hal ini nilai $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$ yaitu $3,33 < 9624.781$. Maka H_{03} diterima H_{a3} ditolak, artinya biaya pemasaran dan biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-202.

5. Hasil uji analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 4.953 + 20.279 X_1 + 17.540 X_2$$

- a. Nilai konstanta (α) sebesar 4.953 menunjukkan bahwa jika biaya pemasaran dan administrasi umum nilainya tetap, maka nilai laba bersih naik sebesar 4.953
- b. Koefisien biaya pemasaran sebesar 20.279 menunjukkan arah hubungan antara biaya pemasaran dan laba bersih. Setiap kenaikan biaya pemasaran sebesar satu satuan, maka laba bersih perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar $4.953 + 20.279 = 25.232$ dengan asumsi variabel independen lain tetap.
- c. Koefisien biaya administrasi umum sebesar 17.540 menunjukkan arah hubungan antara biaya administrasi umum dengan laba bersih. Setiap kenaikan biaya administrasi umum sebesar satu satuan, maka laba bersih perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar $4.953 + 17.540 = 22.493$ dengan asumsi variabel independen lain tetap.

B. Saran

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

1. Bagi pihak PT. Astra Agro Lestari, Tbk.

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak PT. Astra Agro Lestari, Tbk. untuk meningkatkan kualitas laba dan meminimalisir biaya yang dikeluarkan.

2. Bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat menjadi sebagai sumber inspirasi, motivasi, dan menambah wawasan serta ilmu pengetahuan. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel terkait di luar penelitian ini agar hasil yang diperoleh lebih bervariasi yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja dapat memengaruhi profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- Alma, Bukharai dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Darmawan & Muhammad Iqbal Fasa, *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UNY Press, 2020.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1998.
- Nasution, Mustafa Edwin, et, al.,. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Fakhri Zamzam, Firdaus, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Hartati, Neneng, *Akuntansi Biaya*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Hery, *Teori Akuntansi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Hery, *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2017.
- Jubilee, Enterprise , *SPSS Untuk Pemula*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014.
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Lasmi Wardiyah, Mia, *Analisis Laporan Keuangan*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Universitas Gadjah Mada: Unit Penerbit dan Percetakan, 2014.
- Mursyidi, *Akuntansi Biaya*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2008.
- Novitasari, Santi, "Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Laba," Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016.

- Priyatno, Duwi, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Pudin Shatu, Yayah, *Kuasai Detail Akuntansi Laba & Rugi Sistem Cepat Kebut Semalam Otodidak & Tanpa Guru*, Jakarta: Pustaka Ilmu Semesta, 2016.
- Safri, Sofyan, *Analisis Krisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Silvia, Indrarini, *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019.
- Sufren & Yonathan Natanael, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sujarweni, Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015.
- Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2015.
- Umar, Husein, *Metode Penelitian Skripsi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Wijoyo, Hadion, *Pengantar Bisnis*, Sumatra Barat: CV Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Wuri, Handayani Dyah, *Administrasi Farmasi 3*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.
- Yusuf, A. Muri *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2014.

SUMBER LAINNYA

Anoraga, Pandji, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2016.

Aprilyana, Dhani, dkk. "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada U.K.M Kripik Sehi Sukabumi," *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, Vol. 1 No. 1 (2020).

Daslim, Feren, dkk. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada PT. Sumatra Hakarindo Medan," *Jurnal Bisnis Kolog* Vol. 5, No. 2 (2019).

Januarsash, Irpan, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Pada PT. PP. London Sumatra Indonesia, TBK yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Fiancial* Vol. 5, No. 1 (2019).

Michelle Pranajaya, Olivia & Susanti Widiastuti, "Pengaruh Biaya dan Produksi Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek indonesia," Desember 2021.

Rismayanti, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada PR. Gowo Dinasti Motor Hyundai Makassar," Skripsi, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.

Suharya, Yaya dkk. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV Berkah Jaya General Supplier Snack Food," *Jurnal Bina Akuntansi* Vol. 8, No. 2 (2020).

Tamama, Nuri, Nisak, "Hermeneutika Laba Dalam Perspektif Islam," *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja*, Artikel; Skripsi, 2019.

Widilestariningtyas, Ony dkk. *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Windi Wahyuni Simanjuntak
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Siharangkang, 23 Maret 2000
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Anak ke : 2 dari 4 bersaudara
Alamat Lengkap : Siharangkang, kec. Padangsidimpun Hutaimbaru
Golongan darah : A
Motto : Do, What You Want To Do
Nomor HP: : 0822 9452 9651
e-mail : windiwahyunime21@gmail.com

B. Identitas Orang Tua

Nama Orang Tua : Toras Nauli Simanjuntak
Pekerjaan : Pedagang
Nama Ibu : Zaleha Harahap
Pekerjaan : Petani

C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2006 – 2012 : SD Negeri 200403 Siharangkang
Tahun 2012 – 2015 : SMP Negeri 9 Padangsidimpun
Tahun 2015 – 2018 : SMA Negeri 6 Padangsidimpun
Tahun 2018-2022 : Progam Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah, Institut
Agama Islam Negeri Padangsidimpun

a. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics								
	N	Min	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Kurtosis	
	Statistic					Statistic	Statistic	Std. Error
Biaya Pemasaran	32	1,23	40,16	662,40	20,699	11,78054	-1,200	,809
Biaya Administrasi Umum	32	1,55	52,60	866,37	27,0740	15,44591	-1,200	,809
Laba Bersih	32	7,85	186,22	3105,11	97,0348	53,97834	-1,200	,809
Valid N (listwise)	32							

b. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N	32	
Normal Parameters ^b	Mean	97,0347750
	Std. Deviation	53,97833646
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,069
	Negative	-,069
Test Statistic	,069	
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 c ^d	

c. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Biaya Pemasaran *	Betw een	(Combined)	6560,847	2	3280,424	113,929	,000
		Linearity	6560,847	1	6560,847	227,857	,000
	Biaya Pemasaran Baru	Groups	Deviation from Linearity	,000	1	,000	,000
Within Groups			835,017	29	28,794		
Total			7395,864	31			

Tabel IV. 7							
ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Biaya Administrasi Umum * adm baru	Between Groups	(Combined)	5830,208	2	2915,104	91,372	,000
		Linearity	5792,135	1	5792,135	181,550	,000
		Deviation from Linearity	38,073	2	38,073	1,193	,284
	Within Groups		893,305	28	31,904		
	Total		6723,513	31			

d. Uji Multikolinearitas

Tabel VI.8								
Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,420	,000		.	.		
	Biaya Administrasi Umum	3,495	,000	1,000	.	.	.181	5.523
	Biaya Pemasaran	4,582	,000	1,000	.	.	.181	5.523

e. Uji Heteroskedastisitas

Tabel. IV.9					
Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.617	.383		4.771	.000		
	Biaya Pemasaran	.892	.678	-.348	-.807	.426	.181	5.523
	Biaya Administrasi Umum	.978	.996	.306	.708	.485	.181	5.523

f. Analisis Determinasi R^2

Tabel IV.10				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.623	.540	.57000

g. Uji t (t-hitung) atau Uji Parsial

Tabel IV.11						
Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.953	.556		2.890	.007
	Biaya Pemasaran	.279	.610	.006	.341	.736
	Biaya Administrasi Umum	.540	.660	.994	58.729	.000

h. Uji f

Tabel IV.12						
ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	4.200	2	7.100	9624.781	.000 ^b
	Residual	3.621	29	2.539		
	Total	7.900	31			

i. Analisis Regresi Berganda

Tabel IV.13						
Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.953	7.556		2.890	.007
	Biaya Pemasaran	20.279	3.610	.006	.341	.736
	Biaya Administrasi Umum	17.540	2.660	.994	58.729	.000

