



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA USAHA PT. INDUSTRI JAMU
DAN FARMASI SIDO MUNCUL. Tbk**

SKRIPSI

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

Oleh

**MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS
NIM: 17 402 00168**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA USAHA PT. INDUSTRI JAMU
DAN FARMASI SIDO MUNCUL. Tbk**

SKRIPSI

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

Oleh

MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS

NIM: 17 402 00168

PEMBIMBING I

Windari, S.E., M.A.

NIP:198305102015032003

PEMBIMBING II

Adanan Murroh Nasution, M.A.

NIDN:2104118301

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI SYARIAH 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
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS**

Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 14 Mei 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. **MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS** yang berjudul "**Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat- syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) 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 mempertanggungjawabkan 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.198305102015032003

PEMBIMBING II

Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS
NIM : 17 402 00168
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul 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 ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 14 Mei 2022

Saya yang Menyatakan,



MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS
NIM. 17 402 00168

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan,
saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS

NIM : 17 402 00168

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul 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 : 14 Mei 2022

Yang menyatakan,



MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS

NIM. 17 402 00168



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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS
NIM : 17 402 00168
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA
PROMOSI TERHADAP LABA USAHA PT.
INDSUTRI JAMU DAN FARMASI SIDO
MUNCUL. TBk

Ketua

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

Sekretaris

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 199330227 201903 1 008

Anggota

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

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 199330227 201903 1 008

Rodame Menitorir Napitupulu, MM
NIP.19841130 201801 2 001

Adanan Murroh Nasution, MA
NIDN. 2104118301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa, 31 Mei 2022
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 70,5 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,40
Predikat : Sangat Memuaskan



**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 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap
Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido
Muncul Tbk**

**NAMA : MUHAMMAD RAJA SAPUTRA LUBIS
NIM : 17 402 00168**

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

Padangsidimpuan, 28 Desember 2022



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

ABSTRAK

Nama : Muhammad Raja Saputra Lubis
NIM : 17 402 00168
Judul : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adanya fenomena Biaya Produksi dan Biaya Promosi yang tidak sesuai dengan teori yang ada. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi secara parsial dan secara simultan terhadap Laba Bersih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi secara parsial dan secara simultan terhadap Laba Usaha.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang akuntansi, yaitu mengalisis laporan keuangan. Pendekatan yang dilakukan berdasarkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Laba Usaha.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil melalui website www.sidomuncul.com dengan bentuk data *time series* (runtun waktu) sebanyak 32 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), uji regresi berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f) dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. .Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha secara simultan pada PT. .Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

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

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **"Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk"**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.Hi., 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.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati Lubis, M.P, selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Windari S.E, M.A., selaku Pembimbing I dan Bapak Adanan Murroh Nasution M.A., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/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. Teristimewa keluarga tercinta, Ayahanda Sainuddin Lubis Ritonga, Ibunda Nawati Harahap, beserta saudara dan saudari peneliti yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usaha yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi.
7. Rekan-rekan Ekonomi Syariah khususnya Akuntansi-1, angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah

berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, atas karunianya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti, amim ya rabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, April 2022

Peneliti

Muhammad Raja Saputra Lubis
NIM. 17 402 00168

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	Es
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	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

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

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

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

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

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

3. Maddah adalah vokal paanjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan angka.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا...َ...ي...َ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ي...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah

...وُ	ḍommah dan wau	ū	dan garis diatas
-------	----------------	---	------------------

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *tamarbutah* ada dua:

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

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

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

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

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

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

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab- Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak ditengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam turisan Arab berupa *alif*.

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal 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 harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN SIDANG MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	6
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Kegunaan Penelitian.....	8
H. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	10
1. Laba	10
a. Pengertian Laba Usaha.....	10
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba	11
c. Jenis-jenis Laba.....	14
d. Fungsi Laba.....	16
e. Pandangan Islam Tentang Laba	16
2. Biaya Produksi	19
a. Pengertian Biaya Produksi	19
b. Unsur Unsur Biaya Produksi.....	20
c. Pandangan Islam Tentang Biaya Produksi.....	22
3. Biaya Promosi	25
a. Pengertian Biaya Promosi	25
b. Tujuan Promosi	27
c. Target Promosi	29
d. Cara Promosi.....	30
e. Pandangan Islam Tentang Promosi	32
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
B. Jenis Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel	40
D. Sumber Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	42
1. Analisis Statistik Deskriptif	42
2. Uji Normalitas	43
3. Uji Asumsi Klasik	43
4. Analisis Regresi Berganda.....	45
5. Uji Hipotesis	45
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Sejarah Singkat PT. Sido Muncul Tbk.....	50
2. Kegiatan Sosial Perusahaan	52
3. Struktur Umum Organisasi PT. Sido Muncul Tbk	52
4. Visi dan Misi PT. Sido Muncul Tbk	54
B. Deskripsi Hasil Penelitian	55
1. Deskripsi Laba Bersih	55
2. Deskripsi Biaya Produksi.....	56
3. Deskripsi Biaya Promosi.....	57
C. Hasil Analisis Data.....	58
1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	58
2. Hasil Uji Normalitas	59
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	60
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
c. Hasil Uji Autokorelasi.....	61
4. Hasil Uji Regresi Berganda.....	62
5. Hasil Uji Hipotesis	63
a. Hasil Uji t (t_{hitung})	63
b. Hasil Uji f (F_{hitung})	64
6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	66
E. Keterbatasan Penelitian	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Laporan Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Laba Usaha.....	2
Tabel 2	Definisi Operasional Variabel	5
Tabel 3	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4.1	Laporan Laba Usaha Triwulan	52
Tabel 4.2	Laporan Biaya Produksi Triwulan	53
Tabel 4.3	Laporan Biaya Promosi Triwulan	54
Tabel 4.4	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi.....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Berganda.....	59
Tabel 4.10	Hasil Uji (t hitung)	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Simultan (Fhitung).....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	36
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Sido Muncul Tbk.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan ialah unit kegiatan produksi yang mengolah sumber daya ekonomi untuk menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat mencapai tujuan prestasi mendapatkan keuntungan.¹

Laba adalah salah satu tujuan perusahaan menjalankan kegiatan operasionalnya. Manajemen perusahaan menetapkan tujuan yang akan dicapai, penentuan target besarnya laba yang akan dicapai merupakan ukuran keberhasilan manajemen dalam kegiatan operasionalnya. Menurut kasmir Laba usaha adalah laba bersih yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam satu periode termasuk pajak.

Laba ialah selisih pendapatan dari kegiatan rutin perusahaan atau biaya yang telah digunakan pada kegiatan operasional perusahaan pada periode tertentu. Laba yang diperoleh perusahaan terbagi menjadi laba kotor, laba usaha, laba sebelum pajak, dan laba sesudah pajak yang berguna untuk meramalkan arus kas dimasa depan.²

Dengan adanya promosi penjualan, diharapkan dapat menjangkau konsumen yang keberadaannya relatif jauh dan tingkat penebarannya bervariasi serta konsumen dapat menerima dan membeli produk atau jasa

¹M. Manullang, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Indonesia Pustaka 2016), hlm. 59.

²Jundan Adiwiratama, "Pengaruh Informasi Laba, Arus Kas Dan Size Perusahaan Terhadap Return Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika Jinah*, vol. 2 no. 1, 2012.

yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan dasar pertimbangan inilah, maka prinsip kegiatan promosi tidak semata-mata untuk memperkenalkan produk melainkan termasuk usaha mempertahankan stabilitas volume penjualan produk suatu perusahaan dari ancaman masuknya pesaing akan inovasi dan promosi serta demi untuk meningkatkan pendapatan penjualan. Dengan tujuannya untuk meningkatkan penjualan dan memperoleh laba

Untuk memprediksi kondisi usaha dimasa yang akan datang yang penuh dengan ketidakpastian, serta mengamati kemungkinan ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba, yaitu produksi dan juga penjualan yang dimana setelah diproduksi barang tersebut harus di perjualkan untuk mendapatkan laba keuntungan tersebut, ada pun faktor lain yang mempengaruhi laba adalah biaya promosi atau pun iklan yang dimana bertujuan di dalam hal setelah di produksi nya akan membutuhkan promosi barang hasil produksi tersbut agar para konsumen mengetahui secepat mungkin tentang apa yang kita produksi dan yang akan di perjualkan untuk konsumen dengan ketertarikan yang disampaikan melalui promosi barang produksi suatu perusahaan tersebut

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Jumingan jika besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan seharusnya akan berakibat penurunan pada laba begitu juga sebaliknya. Karena dengan biaya yang besar akan mengurangi pendapatan yang pada laba usaha.³

³Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta, Bumi Aksara, 2011), hlm. 147.

Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output perusahaan. Menejer produksi sebelum melaksanakan anggaran produksi dan persediaan barang jadi siap pakai.⁴

Promosi atau Iklan merupakan alat atau sarana yang paling luas dan banyak bentuk promosinya, baik media sosial maupun teknologi, hal ini mungkin karena jangkauannya yang sangat luas sehingga terjadi Transaksi, yang dimulai dari produsen ke penjual sampai ke konsumen akhir.⁵

Berikut laporan biaya produksi, biaya promosi, dan laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido muncul Tbk Pada tahun 2014–2021.

Tabel.1.1
Data Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Laba Usaha
PT. Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk
Pada Tahun 2014–2021

Tahun	Biaya Produksi (Dalam Jutaan Rupiah)	Biaya Promosi (Dalam Jutaan Rupiah)	Laba Usaha (Dalam Jutaan Rupiah)
2014	1.068.630.000.000	183.501.000.000	548.742.000.000
2015	1.008.349.000.000	202.768.000.000	560.399.000.000
2016	1.136.333.000.000	239.632.000.000	578.277.000.000
2017	1.080.989.000.000	244.651.000.000	640.236.000.000
2018	1.363.877.000.000	298.087.000.000	824.331.000.000
2019	1.387.619.000.000	357.109.000.000	1.024.244.000.000
2020	1.472.755.000.000	359.460.000.000	1.151.025.000.000
2021	1.775.005.000.000	395.325.000.000	1.576.692.000.000

Sumber: www.idx.co.id.⁶

Pada tahun 2016 biaya produksi mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dimana biaya produksi sebesar 127.984.000.000, biaya

⁴Darsono, Ari Purwanti, *Penganggaran Perusahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media,2010), hlm.31

⁵Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Wali, 2017), hlm. 18

⁶ Sumber: www.idx.co.id

promosi sebesar 36.864.000.000, dan laba usaha sebesar 17.878.000.000, mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.

Pada tahun 2017 biaya produksi mengalami penurunan sebesar 55.344.000.000, sedangkan biaya promosi mengalami peningkatan sebesar 5.019.000.000 dan laba usaha juga mengalami peningkatan sebesar 61.959.000.000, tahun 2018 biaya produksi mengalami peningkatan sebesar 282.888.000.000, dan biaya promosi mengalami peningkatan sebesar 53.436.000.000, dan laba usaha ikut juga mengalami peningkatan sebesar 184.095.000.000, Begitu juga pada tahun 2019 biaya produksi dan biaya promosi dan laba usaha juga mengalami peningkatan.

Teori ini juga diperkuat oleh hasil Shinta Handayani dengan judul penelitian pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan pada PT. Holcim Indonesia Tbk. Biaya perusahaan seperti biaya promosi salah satunya menaik harusnya labanya mengalami penurunan.⁷ Hasil penelitian Shinta Handayani menunjukkan tahun 2016, 2017, dan 2018. Biaya produksi dan biaya promosi meningkat dan nilai laba usaha juga meningkat sehingga tidak sesuai dengan teori yang ada.

Dari hasil penelitian sebelumnya Ahmad Saukani, skripsi IAIN Padangsidimpuan, (2020) yang berjudul pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.⁸

Terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih

⁷Sinta Handayani, *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. Holcim Indonesia Tbk* (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2017)

⁸Ahmad Saukani, *pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk* (skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2020).

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada uji determinansi

Muhammad Sattar dan Dalli (Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Unibba 2020) dengan judul skripsinya, pengaruh biaya produksi, dan biaya penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sunson Textile Manufacture. Secara simultan biaya produksi dan biaya penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.⁹

Shinta Handayani, Skripsi IAIN Padangsidimpuan, (2017)¹⁰ dengan judul, pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan pada PT. Holcim Indonesia Tbk. Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba usaha dibuktikan dengan t_{hitung} . Secara bersamaan biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba usaha dibuktikan dengan F_{hitung} .

Dari masalah yang telah didapatkan diatas peneliti tertarik untuk penelitian yang berjudul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk”**.

B. Identifikasi Masalah

Melalui latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

⁹ Muhammad Sattar dan Dalli skripsinya, pengaruh biaya produksi, dan biaya penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sunson Textile Manufacture ((Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Unibba 2020)

¹⁰ Shinta Handayani, *Ibid*, Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2017.

1. Pada tahun 2016 biaya produksi meningkat dan biaya promosi meningkat dan laba usaha meningkat, tidak sesuai dengan teori yang ada.
2. Pada tahun 2018 biaya produksi meningkat dan biaya promosi meningkat dan laba usaha juga mengalami peningkatan, tidak sesuai dengan teori yang ada.
3. Pada tahun 2019 biaya produksi meningkat dan juga biaya promosi juga meningkat dan laba usaha mengalami peningkatan, tidak sesuai dengan teori yang ada.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah sangat penting untuk mendekati pokok bahasan yang akan dibahas. Karena keterbatasan waktu dan ekonomi, membatasi masalah pada Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Usaha PT. Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk Tahun 2014–2021.

D. Definisi Operasional Variabel

Penelitian yang berjudul pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 1.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Rumus	Skala
Biaya Produksi (X ₁)	Biaya yang dikeluarkan oleh PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk untuk proses produksi,	jumlah biaya produksi = biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya	Rasio

	mulai dari pembelian bahan baku sampai dihasilkan produk siap pakai.	overhead pabrik	
Biaya Promosi (X_2)	Biaya yang dikeluarkan oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, dalam memperkenalkan produk nya.	1. biaya periklanan 2. biaya promosi dan penjualan 3. biaya publisitas 4. biaya personal selling	Rasio
Laba Usaha (Y)	Keuntungan yang dihasilkan oleh PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul setelah memperhitungkan semua biaya.	laba usaha = laba sebelum pajak-laba sesudah pajak	Rasio

E. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas yang telah diteliti oleh peneliti maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021?
2. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021?
3. Apakah terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba usaha PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021.

3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat pada semua yang terkait, diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dalam mencapai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana dan peneliti dalam meningkatkan pengetahuan, pengalaman, dan wawasan khususnya mengenai pengaruh biaya produksi, dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

2. Bagi PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi laba usaha agar diperoleh biaya produksi dan biaya promosi yang tepat, serta sebagai acuan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi perpustakaan IAIN Padangsidempuan, memberikan informasi tentang ilmu pengetahuan.

4. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, dan juga masyarakat sebagai calon investor selanjutnya.

H. Sitematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan didalamnya berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan dan batasan definisi operasional variabel dan kegunaan penelitian.

Bab II Kerangka teori berisi tentang pengertian biaya produksi, pengertian biaya promosi, dan pengertian laba usaha, penelitian terdahulu kerangka fikir dan hipotesis.

Bab III Metodologi penelitian pada bagian ini berisi tentang metode penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil penelitian Pada bagian ini berisikan tentang bagaimana analisa dan hasil dari penelitian yang dibuat

Bab V Penutup merupakan yang membuat kesimpulan dari saran saran yang dianggap perlu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Laba Usaha

a. Pengertian Laba Usaha

Laba atau hasil dari kegiatan yang telah dilakukan dalam mencapai sebuah target yang telah direncanakan yang telah membuahkan hasil serta mendapatkan hasil maksimal. Pihak manajemen merencanakan tujuan akan dicapai, penentuan target besarnya laba yang akan dicapai.

Laba usaha ini memberikan peran utama dalam melakukan kegiatan bisnis, karena menunjukkan keberhasilan perusahaan, keberhasilan tingkat pembelian, produksi, dan penjualan. Ada beberapa faktor utama yang mampu mempengaruhi laba usaha seperti, perubahan tingkat penjualan, perubahan harga pokok penjualan dan perubahan biaya-biaya usaha.¹Biaya usaha disini termasuk fokus pada judul penelitian yang dimana biaya ini terdapat biaya produksi dan biaya promosi.

Menurut Zaki Baridwan laba adalah suatu bertambahnya modal dari transaksi yang terjadi pada perusahaan.² Mendefinisikan laba dan rugi sebagai kelebihan pendapatan atas biaya selama periode akuntansi.

¹Jumingan, *Analisis laporan keuangan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), hlm. 161.

² Zaki Baridwan, *Intrmediate Accounting* (Yogyakarta: PFE, 2012), hlm 29.

Pernyataan FASB (*The Financial Accounting Standards Boards*) mendefinisikan laba akuntansi sebagai perubahan ekuitas (aktiva bersih) selama periode tertentu yang dihasilkan dari transaksi dan peristiwa yang bukan berasal dari pemilik. Dalam pendapatan mencakup semua perubahan ekuitas selain pemilik dan pembayaran kepada pemilik.

Laba atau rugi merupakan indikator mengukur prestasi perusahaan. Pendapatan lebih besar dari pada pengeluaran maka dikatakan laba. Pengeluaran lebih besar dari laba dikatakan rugi. Laba yang dicapai berarti perusahaan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Laba usaha merupakan hasil akhir dari kegiatan operasional perusahaan. Laba akan menentukam tujuan perusahaan pada periode selanjutnya.

Laba merupakan tujuan perusahaan, laba yang diperoleh akan memperluas serta mengembangkan bisnis perusahaan.³

b. Faktor yang Memengaruhi Laba

Banyak keuntungan yang didapat dari usaha yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah:

Ukuran perusahaan menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi laba yang memiliki nilai total aktiva yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mencapai tahap kedewasaan, perusahaan yang besar juga terdapat beberpa instrument yang dapat

³Agus Putranto, "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan" *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4 no. 2, 2017.

digunakan mengukur total penjualan, total asset jumlah karyawan dan nilai kapasitas besar.⁴

Kesimpulan dari jurnal diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin besar pula laba yang akan dihasilkan maka semakin besar pula biaya yang akan keluar dan semakin banyak produk yang akan diproduksi oleh perusahaan yang siap untuk di pasarkan melalui promosi dan iklan.

Laba dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah:

1) Biaya

Biaya merupakan sebuah pengeluaran harus dipenuhi untuk memperoleh barang atau jasa dalam satu periode yang tidak dapat dihindarkan tetapi dapat diperhitungkan. Biaya juga dapat digunakan sebagai patokan untuk penentuan harga, penentuan keuntungan, dan harga jual.

Biaya merupakan sejumlah pengorbanan yang dapat diduga dan tidak dapat dihindarkan, tidak setiap biaya adalah pengeluaran contohnya penyusutan, begitu juga tidak semua pengeluaran adalah biaya contohnya pengeluaran akibat kelalaian.⁵

Kesimpulan yang dapat diambil Peneliti yaitu Biaya merupakan yang harus selalu ada di dalam kegiatan perusahaan.

⁴ Ainul Uswatun khasanah dan jasmine, "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Persistensi Laba" *Jurnal Riset Bisnis*, Vol, Oktober, 2019

⁵ E. Saefuddin Mubarak, *Ekonomi Manajerial Dan Strategi Bisnis* (Jakarta: In Media, 2017), hlm. 139

Semakin besar biaya keluar maka semakin besar pula keuntungan yang akan diterima perusahaan yang di dapatkan kalau sesuai dengan proses yang dilakukan perusahaan tidak salah jalan.

2) Harga Jual

Harga jual merupakan sebuah harga yang ditetapkan untuk terpenuhinya kebutuhan barang atau jasa. Agar perusahaan tidak mengalami kerugian maka harga jual harus mempunyai daya keuntungan atau harga jual lebih tinggi dari biaya modal barang tersebut.

Keuntungan atau laba adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan prestasi keuntungan untuk perusahaan. Munawir mengemukakan bahwa keuntungan adalah rasio yang menunjukkan untuk menghasilkan laba selama satu periode tertentu, perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif.⁶

Kesimpulan yang dapat ditarik Peniliti yaitu kesuksesan perusahaan dalam menggunakan aktivitya secara produktif yaitu melalui proses produksi perusahaan akan memasarkan barang dan jasa yang telah diproduksi akan melauai penjualan dan akan perusahaan akan membuat harga jual yang layak tidak merugikan perusahaan dan juga tidak merugikan konsumen.

⁶ Maryati Rahayu, Bida Sari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan" *Jurnal Ikhrat Humainiora*, Vol 2, No 2, Maret 2018

3) Volume Penjualan dan Produksi

Besarnya volume penjualan merupakan sebuah hasil barang dan jasa yang sudah terjual dalam periode tertentu. Volume penjualan ini akan memengaruhi keuntungan perusahaan jika volume penjualan yang dilakukan perusahaan di pasaran terjual lancar dan tidak termakan modal.

Jika produksi dan volume penjualan sejalan maka setiap barang yang di produksi akan mendapatkan keuntungan di karena kan setiap perusahaan memproduksi barang tidak terjadi menumpukan *stock* barang digudang. Dengan lancarnya penjualan maka barang yang telah di stock akan cepat terjual sehingga perusahaan mendapatkan laba di dalam satu periode.

c. Jenis Jenis Laba

laba tersebut untuk memperjelas darimana laba tersebut diperoleh, terbagi berbagai macam dikarenakan laba ini dapat digolongkan sehingga laba tersebut laba bersih dan keuntungan atau laba tanpa ada pembagian sampai kepada tangan pemilik atau pemegang saham sebagai berikut:

1) Laba Ditahan

Laba ditahan merupakan bagian dari keuntungan usaha, tidak diberikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen guna membiayai berbagai kepentingan perusahaan dalam jangka panjang atau jangka penderk.

2) Laba Bruto

Laba bruto atau pundisebut dengan laba kotor yaitu hasil dari penjualan bersih setelah dikurangi dengan harga pokok penjualan Seperti biaya pajak, atau adminitrasi tidak termasuk dalam hitungan laba kotor.

3) Laba Bersih

Keuntungan bersih merupakankeuntungan dihasilkan setelah dikurang pajak. Lebih jelasnya yaitu keuntungan yang didapat dari jumlah selisih pendapatan dan biaya yang sudah dikurangi pajak. Keuntungan ini dihitung berdasarkan transaksi yang terjadi pada periode tertentu.

Laba bersih ialah keuntungan yang diperoleh setelah dikurangi biaya- biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan (beban- beban perusahaan) pada periode tertentu serta setelah dikurangi pajak. Laba yang diperoleh sebelum pajak penghasilan dikurang pajak penghasilan.⁷

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Sebelum Pajak} - \text{Laba Sesudah}$$

a). Faktor Yang Memengaruhi Laba Bersih

Menurut pendapat lain, laba bersih juga dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut.⁸:

⁷Ani Zahara Dan Rachma Zannati, "Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Batu Bara Terdaftar BEI" *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3 no. 2, 2018.

⁸Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 165.

- 1) Perubahan jumlah barang yang terjual dan harga barang per satuan.
- 2) Perubahan harga pokok penjualan, dipengaruhi oleh harga satuan atau biaya per satuan dalam proses produksi. Biaya yang dikeluarkan akan mempengaruhi besar kecilnya harga pokok satuan barang.
- 3) Perubahan biaya yang dipengaruhi jumlah barang terjual, perubahan jumlah barang terjual, dan perubahan tingkat harga per satuan.
- 4) Perubahan pendapatan atau perubahan biaya non operasional yang dipengaruhi oleh perubahan volume penjualan, serta perubahan tingkat harga.
- 5) Perubahan pajak perusahaan yang dipengaruhi perubahan laba yang diperoleh, dan perubahan tarif pajak.

d. Fungsi Laba

Laba memiliki fungsi dalam ekonomi perdagangan bebas seperti sekarang ini. Laba yang tinggi merupakan tanda bahwa konsumen menyukai hasil produk perusahaan. Keuntungan memberikan perestasi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi.

e. Pandangan Islam terhadap Laba

Laba dalam pandangan Islam dijelaskan pada Q.S Al- Baqarah ayat 16 yang berbunyi:

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا

مُهْتَدِينَ.

“Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk”.⁹

Makna ayat di atas mirip dengan firman Allah pada Q. Sfusilat: 17 yang artinya Dan adapun kaum Tsamud, maka mereka telah kami beri petunjuk tetapi mereka lebih menyukai buta (kesesatan) daripada petunjuk itu. Allah telah memberikan petunjuk tetapi mereka menukarnya dengan kesesatan. Oleh karena itu, Allah berfirman, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.¹⁰

Menurut Ibn Qudamah laba harta dagang merupakan pertumbuhan modal, yaitu peningkatan nilai manfaat barang dagang. Laba menurut Imam Ghozali merupakan keuntungan yang diperoleh atas kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman terhadap keselamatan pengusaha, oleh sebab itu, sangat wajar bagi seorang pengusaha memperoleh keuntunganyang merupakan kompensasi dari resiko yang ditanggungnya.¹¹

⁹Departemen Agama, *Al- Qur'an Tajwid Warna, Terjemah Perkata, Terjemah Inggris* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012), hlm. 3.

¹⁰Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Kemudahan Dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid I* (Jakarta: Gema Insani, 1999), hlm. 87-88.

¹¹Eka Nuraini Dan Ab Mumin, “Hubungan Keuntungan Dengan Resiko Dalam Perspektif Fiqih Aplikasinya Pada Institusi Keuangan Islam,” *Jurnal Tabarru: Islamic Banking And Finance*, vol. 5 no. 1, 2014.

Simpulan dari penjelasan ayat tersebut, dijelaskan bahwa orang yang melakukan perniagaan dengan jalan kesesatan atau jalan yang tidak benar untuk mendapatkan keuntungan, maka mereka tidak akan mendapat petunjuk dari Allah. Dalam perniagaan kita harus memperhatikan ketentuan-ketentuan yang telah diajarkan dalam syariat Islam.

Laba dari sudut pandang Islam menggunakan Al-qur'an sebagai dasar untuk melakukan sesuatu hal. Perniagaan yang memperhatikan keselamatan dunia dan akhiratlah yang harus dipraktekkan pada dunia usaha, perniagaan yang dibangun atas prinsip kejujuran dan keadilan.¹² Jadi perusahaan dalam aktivitasnya untuk mendapatkan laba harus memperhatikan kegiatannya, agar terhindar dari ketentuan yang dilarang oleh Allah.

Ayat tersebut sangat berhubungan dengan judul peneliti yaitu tentang laba dimana dalam suatu perusahaan laba itu sangat dibutuhkan oleh karena itu perusahaan cenderung melakukan produksi untuk mendapatkan laba, begitu juga dengan ayat di atas yang menjelaskan betapa pentingnya berusaha mencari penghidupan (laba) untuk kesejahteraan hidup di dunia dan tidak melupakan kehidupan akhirat juga.¹³

¹²Kurnia Ekasari, "Hermeneutika Laba Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Vol. 4 No. 1, 2014.

¹³ Shinta Handayani, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. Holcim Indonesia Tbk, Skripsi, (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2017, hlm.19.

2. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Biaya merupakan suatu pengorbanan sumber daya ekonomi untuk menghasilkan suatu barang dengan harapan untuk memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang.¹⁴ Biaya produksi ialah biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, mulai dari pembelian barang baku sampai dihasilkan produk yang siap jual ke tangan konsumen.

Biaya produksi merupakan dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang yang akan di produksi perusahaan. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan jadi dua jenis. Biaya eksplisit dan biaya tersembunyi. Biaya eksplisit adalah pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Sedangkan biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri¹⁵

Biaya produksi merupakan biaya atau ramalan semua keseluruhan biaya mulai dari barang mentah sampai kebarang jadi

¹⁴ Amelia A.A Lambajang, "Analisa Perhitungan Biaya Produksi Menggunakan Metode Variabel Coasting Pt Tropica Cocoprime" *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 3, 2013

¹⁵ Suherman Rosyidi, "Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Makro dan Mikro" (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2012), hlm. 208.

sehingga semua biaya yang diramalkan tersebut tidak mengalami kekurangan maupun ketidaksesuaian dengan apa yang telah direncanakan dalam suatu periode.

Biaya produksi ialah biaya yang dikeluarkan perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan mengolah atau mengubah bahan baku menjadi produk siap pakai yang mempunyai nilai jual.¹⁶

b. Unsur Unsur Biaya Produksi

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku yang akan digunakan untuk membentuk suatu bagian utuh menjadi produk bahan baku yang digunakan untuk pembuatan dapat diperoleh melalui pembelian lokal, impor atau dari pengolahan sendiri.

Kemampuan perusahaan mengatur pengeluaran biaya bahan baku akan berdampak terhadap penerimaan laba. Biaya harus dimanfaatkan dengan efektif dan efisien, sehingga pengeluaran biaya akan dapat menghasilkan laba yang maksimal

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah aktivitas fisik yang dilakukan oleh karyawan untuk memproses suatu produk. Biaya tenaga kerja langsung meliputi biaya yang berkaitan dengan penghargaan berupa upah atau gaji yang diberikan kepada pekerja yang secara langsung ikut serta dalam memproduksi barang jadi.

¹⁶Lukman Hidayat Dan Suhandi Salim, "Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan" *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 1 no.2, 2013.

untuk memproduksi satu unit produk tertentu Jam standar tenaga kerja langsung dapat ditentukan dengan cara:

- a) Menghitung rata-rata jam kerja yang dikonsumsi dalam satu pekerjaan dari kartu harga pokok periode yang lalu.
- b) Mencoba jalan operasi produksi dibawah keadaan normal yang diharapkan.
- c) Mengadakan penyelidikan gerak dan waktu.
- d) Mengadakan taksiran yang wajar.
- e) Memperhitungkan kelonggaran waktu untuk istirahat, penundaan kerja yang tak bisa dihindari, dan faktor kelelahan.

3) Biaya *Overhead*

Biaya *overhead* dalam suatu perusahaan untuk pengerjaan ulang perusahaan karena semua biaya selain bahan baku biaya tenaga kerja langsung yang berhubungan dengan produksi merupakan biaya produksi tidak langsung.¹⁷

Ketika menyusun anggaran biaya *overheadnya*, perusahaan harus dapat menentukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Jumlah produksi barang jadi yang direncanakan untuk diproduksi dalam satu periode anggaran. Hal ini akan

¹⁷Dwi Nugraha, Dkk, "Penerapan Kualitas Untuk Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT. Pertain (Persero) Cabang Sulawesi Utara, Dalam *Jurnal Riset Akuntans Going Concern FEB UNSRAT*, Vol 8 No.3, 2013.

dikarenakan jumlah produksi pada umumnya akan menentukan biaya *overhead* yang akan dikeluarkan perusahaan.

- b) Biaya *overhead* tetap yang dianggarkan oleh perusahaan, misalnya biaya sewa mesin, biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya gaji tenaga kerja tidak langsung.
 - c) Biaya *overhead* variabel yang dianggarkan oleh perusahaan, misalnya biaya bahan bakar untuk operasional mesin pabrik.
 - d) Biaya *overhead* semivariabel, misalnya biaya listrik dan telepon.
- c. Pandangan Islam terhadap Produksi

Produksi dalam pandangan Islam dijelaskan pada Q.S An-Nahl ayat 5-8 yang berbunyi:

وَاللّٰهُمَّ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيهَا دِفْءٌ وَمَنْفَعٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ ﴿٥﴾
 وَلَكُمْ فِيهَا جَمَالٌ حِينَ تُرْتَحُونَ وَحِينَ تَسْرَحُونَ ﴿٦﴾ وَتَحْمِلُ
 أَثْقَالَكُمْ إِلَىٰ بَلَدٍ لَّمْ تَكُونُوا بَلِغِيهِ إِلَّا بِشِقِّ الْأَنْفُسِ إِنَّ رَبَّكُمْ
 لَرَّءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴿٧﴾ وَالْخَيْلَ وَالْبِغَالَ وَالْحَمِيرَ لِتَرْكَبُوهَا وَزِينَةً
 وَخَلَقُوا مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٨﴾

Dan Dia telah menciptakan binatang ternak untuk kamu; padanya ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai-bagai manfaat, dan sebahagiannya kamu makan. Dan kamu memperoleh pandangan yang indah padanya, ketika kamu membawanya kembali ke kandang dan ketika kamu melepaskannya ke tempat penggembalaan. Dan ia memikul beban-bebanmu ke suatu negeri yang kamu tidak sanggup sampai kepadanya, melainkan dengan kesukaran-kesukaran (yang

memayahkan) diri. Sesungguhnya Tuhanmu benar-benar Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. dan (Dia telah menciptakan) kuda, bagal dan keledai, agar kamu menungganginya dan (menjadikannya) perhiasan. Dan Allah menciptakan apa yang kamu tidak mengetahuinya.”¹⁸

Ayat diatas menjelaskan penciptaan binatang ternak dan manfaat bulunya yang menghangatkan, dimana mengisyaratkan adanya proses produksi dari bahan mentah menjadi barang siap pakai.¹⁹ Hewan ternak juga dimanfaatkan sebagai sarana transportasi untuk mendistribusikan hasil produksi.

Berdasarkan ayat diatas Allah swt telah mengajarkan manusia untuk memanfaatkan sumber daya. Mengajarkan bagaimana proses produksi seperti mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi, serta cara mendistribusikannya. Aktivitas produksi manusia akan terus berlanjut sesuai kebutuhan, dan mengalami perubahan sesuai perkembangan zaman.

Adapun kaidah-kaidah dalam berproduksi adalah:

- 1) Memproduksi barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksi.
- 2) Mencegah kerusakan di muka bumi, termasuk membatasi populasi, memelihara keserasian, dan ketersediaan sumber daya alam.
- 3) Produksi dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran.

¹⁸Departemen Agama, *Op. Cit.*, hlm. 267-268.

¹⁹Istianah Dan Mintaraga Surya, “Terjemah Al- Qur’an Quraish Shihab Pada Ayat Produksi, Distribusi Dan Konsumsi,” *Jurnal Pemikiran Islam*, vol. 20 no. 2, 2019.

- 4) Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat.
- 5) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik kualitas spritual maupun mental dan fisik.

Apabila manusia tidak bekerja bagaimana mungkin manusia itu akan melakukan ibadah kepada Allah. Dengan demikian, bekerja dan berusaha itu menempati posisi dan peranan yang sangat penting dalam Islam. Dimana ayat diatas erat kaitannya dengan judul peneliti yang mana dalam ayat tersebut menyuruh manusia untuk melakukan produksi untuk mencapai kemakmumaran hidup.

Untuk melihat seluk beluk kegiatan perusahaan dalam memproduksi dan menawarkan barangnya diperlukan analisis berbagai aspek kegiatan memproduksinya. Harus dianalisis sampai dimana faktor-faktor produksinya akan digunakan untuk menghasilkan barang yang akan diproduksi. Sesudah itu perlu dilihat biaya produksi untuk menghasilkan barang yang akan di produksikan.

Sesudah itu perlu dilihat biaya produksi untuk menghasilkan barang dan perlu untuk dianalisis seorang pengusaha perusahaan atau manajemen guna dalam membandingkan hasil penjualan produksinya dengan biaya produksi yang dikeluarkan, untuk

menentukan tingkat produksi yang akan memberikan keuntungan yang maksimum kepadanya.²⁰

Proses produksi yang menghasilkan barang atau jasa hanya akan memberi keuntungan perusahaan bilamana barang atau jasa tersebut memenuhi tepat jumlah, tepat mutu, tepat waktu dan tepat harga. Jadi produk atau barang sebagai hasil proses produksi suatu perusahaan harus memenuhi empat syarat yaitu:

- a) Jumlah tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit namun selalu tersedia pada saat dibutuhkan oleh konsumen.
- b) Mutu harus bagus, tahan lama dan memenuhi keinginan konsumen
- c) Barang dapat diperoleh tepat waktu sehingga tidak mengecewakan konsumen
- d) Harga barang diusahakan serendah mungkin sehingga konsumen bersedia membelinya.²¹

3. Biaya Promosi

a. Pengertian Biaya Promosi

perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor sebelum melaksanakan bauran promosi termasuk diantaranya, jenis produk yang dihasilkan, pasar yang akan dituju, tahapan atau siklus produk seperti waktu kadaluarsa, saluran distribusi yang tersedia, serta bagaimana konsumen memutuskan pembelian, perusahaan yang

²⁰Suherman Rosyidi, *Op. Cit*, hlm. 189.

²¹M Manullang, *Op. Cit*, hlm.166

menghasilkan produk konsumsi yang merupakan barang kebutuhan hidup sehari-hari seperti makanan dan minuman adalah yang paling banyak mempergunakan iklan media massa untuk berkomunikasi dengan konsumen.²²

Promosi digunakan untuk menyediakan semua informasi tentang produk yang akan di pasarkan dan dapat merangsang permintaan, membedakan produk dan menunjukkan keunggulan produk yang dimiliki.

Promosi merupakan kegiatan dalam melaksanakan dalam melakukan usaha agar konsumen dapat mengetahui apa yang akan ditawarkan. Promosi juga salah satu alat atau tempat untuk melakukan terjadinya transaksi antara konsumen dan produsen sehingga terjadi penawaran dan permintaan.

Promosi dapat disimpulkan bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan para calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, menididik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

Bagi kebanyakan perusahaan, perencanaan promosi telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran. Dengan demikian orang yang bertanggung jawab terhadap perencanaan promosi harus mengetahui peran iklan dan elemen bauran pemasaran lainnya

²²Morissan, *“Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu”*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), hlm.35.

dalam keseluruhan program pemasaran, rencana promosi harus dirancang sebagaimana merancang suatu pemasaran. Perencanaan promosi harus mengacu dan fokus pada rencana pemasaran dalam menentukan strategi promosi.²³

b. Tujuan Promosi

Iklan dan promosi mungkin bersifat local, regional, nasional, atau internasional, manajer harus menentukan seberapa banyak, Ketika dimana dan bagaimana iklan harus biasanya memperoleh manfaat secara optimum. Iklan tergantung kepada kepemimpinan produk, tingkat persaingan, ekonomi pasar, dan kondisi keuangan. Iklan harus berkoordinasi dengan penjualan dan produksi. Tanggung jawab untuk iklan mungkin ditugaskan pada individu tertentu yang tepat.²⁴

Tujuan promosi adalah untuk memberikan informasi, menarik perhatian calon konsumen dan selanjutnya memberikan pengaruh meningkatkannya penjualan.²⁵

1) Memberikan Informasi Mengenai Produk

Memberikan informasi mengenai produk andalan yang akandi sebarluaskan di pasaran. Informasi yang di berikan akan disampaikan melalui media sosial baik dari internet, iklan dan para salesmen. Produksi perusahaan dalam proses promosi yaitu

²³Morissan, *Ibid*, hlm. 37

²⁴ Ida Bagus Agung Dharmanegar, "*Penganggaran Perusahaan Teori dan Aplikasi*", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 113.

²⁵ Abdul Manap, "*Revoluai Manajemen Pemasaran*", (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 303

agar perusahaan jasa dan barang tersebar luas dalam menyampaikan informasi mengenai produk yang akan di pasarkan. Baik produksi yang baru yang akan di keluarkan atau baru di ciptakan oleh perusahaan. Dan para calon konsemen dengan cepat mengetahui apa yang akan di tawarkan oleh perusahaan.

2) Ingin Menarik Konsumen dan Memikat Konsumen

Dengan berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk Memikat dan menarik konsumen perusahaan melakukan berbagai cara diantaranya yaitu melalui iklan yang menarik, baik menggunakan artis sebagai penarik dan melakukan diskon untuk barang dan jasa, membuat kemasan yang lebih menarik dan memukau untuk memikat para calon konsumen.

3) Mendapatkan Langganan

Dari beberapa poin yang diatas berjalan dengan baik maka perusahaan akan mendapatkan para langganan yang yang sudah tertarik dan terikat dengan perusahaan tersebut. Perusahaan akan berusaha dalam memuaskan para konsumen dengan barang akan diproduksi. Dan para langganan merasakan kepuasan dengan apa yang mereka inginkan. Maka terjadi lah komunikasi yang baik antara konsemen dan perusahaan.

4) Pembeda Produk dengan Pesaing

Di dalam memproduksi barang dan jasa produk konsumen akan memilih dan membuat keputusan pada layanan yang lebih unggul dan lebih menguntungkan yang akan di nikmati oleh konsumen.

Mampu membedakan produksi buatan perusahaan sendiri dengan perusahaan pesaing baik dari segi kualitas dan manfaat, mutu dan kegunaan dari produk. Dan tidak mengecewakan para konsumen di dalam menikmati barang dan jasa yang telah di produksi, dan mengetahui merasakan kelebihan dari produk perusahaan pesaing.

c. Target Promosi

Kesuksesan sebuah perusahaan dapat diukur dengan seberapa banyak keuntungan dan barang yang dijual di pasaran, oleh karena itu perusahaan melakukan dan menentukan target yang akan di sebar luaskan agar para calon konsumen terangsang da dalam produk yang di telah di promosikan.

1) Pengguna dan Langgan

Pengguna dalam target promosi ini yaitu salesmen, orang yang berperan dalam menyampaikan produk barang dan jasa atau pun yang memperkenalkan usaha yang akan di dipasarkan kepada pelanggan.

2) Masyarakat Luas

Dalam target yang dituju dalam promosi ini adalah masyarakat luas yang dimana didalam masyarakat luas terdapat para konsumen yang bakal menjadi target utama untuk menjadi konsumen dan langganan yang telah menetap dalam memilih keputusan untuk bertahan dalam produksi barang dan jasa produk perusahaan tersebut.

3) Investor

Investor adalah target yang akan menjadi calon penyokong dana untuk perusahaan yang telah tertarik dan membuat keputusan untuk bekerja sama dalam pendanaan perusahaan dari segi keuangan.

4) Pemerintah

Pemerintah berperan dalam target dan tujuan promosi yaitu agar pemerintah tau apa yang di lakukan dan diproses oleh perusahaan itu tidak ilegal dan pemerintah dapat memberi izin berdirinya perusahaan.

d. Cara Promosi

Ada beberapa cara agar mendapatkan dan memikat para konsumen agar menjadi langganan, mampu memikat para konsumen dan terangsang dengan barang dan jasa yang telah di produksi, yang mana konsumen tersebut mengetahui dari beberapa cara yang telah di sampaikan perusahaan melalui:

1) Periklanan

Kegiatan periklanan berarti kegiatan memberikan informasi menyebarluaskan kabar kepada, orang banyak atau langganan.

tujuan periklanan yaitu sebagai berikut:

- a) Memberikan informasi
- b) Menarik hati para konsumen
- c) Memenuhi kemauan pelanggan
- d) Menawarkan barang sesuai keinginan bagi calon konsumen
- e) Sebagai media informasi produk.

2) *Personal Selling*

Personal selling adalah komunikasi persuasif dari seorang individu kepada seseorang atau lebih sebagai calon pelanggan dengan maksud menimbulkan permintaan untuk melakukan jual beli.

3) Publisitas

Sejumlah rangkaian berisi informasi tentang hasil produksi perusahaan, barang yang akan di tawarkan disebar luaskan ke masyarakat dengan cara membuat berita berupa iklan dan promosi melalui iklan dan promosi untuk memberi kesan informasi yang bersifat positif.

4) *Salesmanship*

sales merupakan orang yang langsung terjun ke lapangan dalam hal membujuk para calon konsumen. Mendatangi mereka langsung dan bertatap muka dalam menyampaikan informasi dan promosi mengenai produk perusahaan.

e. Pandangan Islam Tentang Promosi

Produksi dalam pandangan Islam dijelaskan pada Q.S Al-Hasyar ayat 7 yang berbunyi:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ كَىٰ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ
مِنْكُمْ ۗ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۗ وَاتَّقُوا
اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya”²⁶

Menurut Jaribah, makna distribusi dalam ekonomi islam tentu lebih luas lagi yaitu mencakup pengaturan kepemilikan unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Dimana Islam memperbolehkan kepemilikan umum dan kepemilikan khusus dan

²⁶Depertemen agama, *Op Cit.* hlm. 546

meletakkan bagian masing-masing, untuk mendapatkan dan mempergunakannya, dan kaidah-kaidah untuk warisan, hibah, dan wasiat. Sebagaimana ekonomi islam juga memiliki politik dalam distribusi pemasukan, baik antara unsur-unsur produksi maupun antara individu masyarakat dan kelompok-kelompoknya, disamping pengembalian distribusi pemasaran dalam sistem jaminan sosial yang disampaikan dalam ajaran Islam.

Harta rampasan perang oleh ayat di atas akan dipahami dan dikekaskan dan sebagai distribusi setelah mereka dikalahkan dan harta-harta mereka itu dikuasai oleh orang-orang beriman, berarti telah mengembalikan kepemilikan secara tidak sah. Setelah mereka dikalahkan, dan harta-harta mereka itu dikuasai oleh orang-orang beriman berarti Allah telah mengembalikan Kepada pemilik yang sah.

Didalam ekonomi islam persoalan distribusi produksi dan konsumsi termasuk persoalan serius untuk diperhatikan. Distribusi menjadi penting karena media untuk mewujudkan kesejahteraan bersama. Dalam islam, instuasi zakat, sadaqah, infaq, waqaf, hibah, hadiah, bahkan warisan termasuk kedalam ruang lingkup distribusi dalam islam.²⁷

Distibusi adalah bagian dalam penyaluran barang agar barang tersebut tidak hanya dimiliki oleh individu, seperti harta rampasan

²⁷Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam Al-Qur'an*, (Bandung: Aulia Grafika 2014), hlm. 186-188

perang tersebut akan dibagikan atau pun disalurkan kepada umat islam secara rata.

Kegiatan distribusi sangat banyak dilakukan dalam kegiatan sehari-hari umat islam seperti sadaqoh, infaq, warisan, hadiah. Melalui kegiatan amal umat muslim tersebut penyaluran baik dalam bentuk konsumsi maupun barang dan jasa sehingga kegiatan tersebut sampai kepada yang akan dituju secara merata.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi dalam Islam itu haruslah berintegritas artinya orang yang bertugas sebagai marketer (pemasar) harusnya memiliki pribadi yg jujur dan karakter yang kuat dalam memasarkan produknya agar konsumen tidak merasa dibohongi. Dan hendaknya juga produk dijelaskan secara transparansi artinya produk dijelaskan secara terbuka, tidak ditutupi cacat sehingga konsumen tidak merasa ditipu dan transaksi gharar (penipuan) tidak terjadi.

Peranan pemasaran menyalurkan produk dari tangan produsen sampai ketangan konsumen, dari hasil kegiatan pemasaran dapat diklasifikasikan tiga bidang kegiatan yaitu, kegiatan transaksi atau transfer, kegiatan suplai fisik, dan kegiatan yang mempermudah arus transaksi dan arus barang.²⁸

²⁸Sofjan Assauri, *Op. Cit*, hlm. 19

B. Penelitian Terdahulu

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

Tabel.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil
1	Ahmad Saukani, Skripsi IAIN Padangsidimpuan, (2020)	Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.	Terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Biaya Promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, biaya Produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada uji determinansi.
2	Muhammad Sattar dan Dalli (Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Unibba 2020)	Pengaruh Biaya Produksi, dan Biaya Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada PT. Sunson Textile Manufacture	Secara simultan Biaya Produksi dan biaya penjualan berpengaruh Terhadap laba bersih.
3	Zeni Imrotin Silva (Jurnal Ekonomi Islam, Jek Ma 2020)	Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. Bina Megah Indowood Gresik Tahun 2015-2018).	Hasil Pengujian Uji F diketahui bahwa Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan secara simultan.

4	Shinta Handayani, Skripsi IAIN Padangsidimpua n, (2017)	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya promosi Terhadap laba perusahaan pada pt. Holcim Indonesia tbk.	Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba usaha dibuktikan dengan T hitung. Secara bersamaan biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba usaha dibuktikan dengan F hitung
5	Laila Kalsum Hasibuan, Skripsi USU (2017)	Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Kelapa Sawit Sei Silau PT. Perkebunan Nusantara III Kabupaten Asahan	Secara simultan Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga kerja Langsung dan Biaya Overhead Pabrik berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Laba Kelapa Sawit Sei Silau Kabupaten Asahan

Penelitian memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini berjudul pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba Usaha Pada PT. Industri Jamu Dan Farnasi Sido Muncul Tbk. Perbedaan terdapat Pada variabel terikat maupun variabel bebas nya dan juga memiliki perbedaan pada tempat dan Tahun Penelitian.

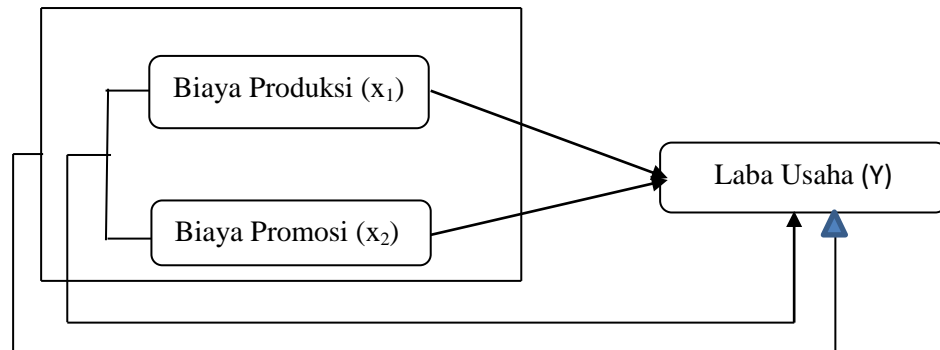
1. Perbedaan penelitian ini dengan Ahmad Saukani adalah terdapat perbedaan pada tempat dan tahun yang diteliti.
2. Penelitian Muhammad Sattar dan Dalli memiliki perbedaan terdapat pada variabel yaitu biaya penjualan serta tempat dan tahun yang diteliti.
3. Penelitian Zeni Imrotin Silva memiliki perbedaan terdapat variabelnya yaitu variabel yang digunakan yaitu Pengaruh Penjualan serta tempat dan tahun yang diteliti.
4. Penelitian Shinta Handayani memiliki perbedaan dengan peneliti terdapat pada tempat dan tahun Penelitian
5. Penelitian Laila Kalsum Hasibuan memiliki Perbedaan yang menggunakan variabel Analisis Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba sedangkan pada Penelitian ini menggunakan Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha, dan juga terdapat perbedaan terdapat pada tahun dan tempat penelitian.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan.²⁹ Kerangka pikir mengidentifikasi hubungan variabel yang diteliti.

²⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 92.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

X_1 : Variabel Bebas / Independen

X_2 : Variabel Bebas / Independen.

Y : Variabel Terikat / Bebas.

➡ : Garis Hubung Parsial Independen terhadap Dependen.

▶ : Garis Hubung Simultan terhadap Dependen

Dalam penelitian yang terdapat dalam gambar 2.1 kerangka pikir menjelaskan sementara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas yaitu biaya produksi memengaruhi variabel terikat yaitu laba usaha, variabel bebas dalam penelitian adalah biaya promosi mempengaruhi variabel terikat yaitu biaya produksi dan variabel bebas yaitu biaya produksi dan biaya promosi mempengaruhi variabel terikat, yaitu laba usaha.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan, pernyataan, dan pendapat yang bersifat sementara. Hipotesis juga kendali bagi peneliti agar arah peneliti tidak kemana-mana, apakah variabel itu dihubungkan, diperbandingkan atau di uji keberpengaruhannya.³⁰

H_{a1} : Biaya produksi berpengaruh terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021.

H_{a2} : Biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021.

H_{a3} : Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021.

³⁰ M. Subana, *Dasar- Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: CV Pustaka, 2011), hlm. 74

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi yang diteliti oleh peneliti dilakukan pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang bersumber dari website resmi dari <https://investor.sidomuncul.co.id>. Waktu penelitian dimulai bulan Desember 2021 sampai April 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini didasarkan pada data, termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik atau angka untuk diolah dengan metode statistik untuk interpretasi data. Penelitian kuantitatif dipakai untuk menguji sebuah teori, untuk mengkaji suatu fakta atau mendeskripsikan statistik. Menunjukkan hubungan antar variable, mendeskripsikan banyak hal.¹

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, dua variabel bebas yaitu biaya produksi (X_1), biaya promosi (X_2) dan variabel terikat yaitu laba usaha (Y).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari objek atau subyek yang diterapkan peneliti. Dari makna diatas, penulis tertarik

¹ M. Subana, *Ibid.* hlm. 25

mengambil populasi penelitian yaitu PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk mulai dari tahun 2014–2021.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah laba usaha, biaya produksi, biaya promosi yang dihasilkan tiap tahunnya pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk dari tahun 2014-2021 sebanyak 8 tahun.

2. Sampel.

Sampel dalam penelitian ini adalah data biaya produksi, biaya promosi dan laba usaha PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021 per triwulan. Secara keseluruhan sampelnya selama 8 tahun berjumlah 32 sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Pengambilan sampel jenuh adalah teknik pengambilan sampel ketika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

D. Sumber Data

Data yang digunakan yaitu data sekunder. Data sekunder adalah data yang bersifat dokumentasi data yang sudah tersedia telah diolah terlebih dahulu oleh peneliti sebelumnya. Penelitian bersumber dari www.idx.co.id. Laporan Keuangan PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido muncul Tbk per tahun. <https://investor.sidomuncul.co.id>.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu.² Data dokumentasi dalam penelitian ini berupa laporan keuangan PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang dapat diakses melalui website perusahaan.

2. Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai buku, literatur, catatan dan laporan yang relevan dengan masalah penelitian. Studi pustaka berisi uraian tentang teori dan praktek, membahas relevansi teori dengan praktek. Adapun studi pustaka dalam penelitian ini adalah bersumber dari buku, skripsi dan jurnal yang terkait dengan variabel dalam penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dapat diartikan sebagai bentuk pola pikir untuk melakukan, mengolah data dengan menjadikan data tersebut sebagai informasi.³

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah sebuah uji digunakan untuk menggambarkan mengenai suatu keadaan dan fenomena yang jelas.⁴

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 422.

³Asep Mulyana, *Ibid*, vol. 17 no.3, Desember 2017.

⁴Asep Mulyana, *Op.cit*, vol. 17 no.3, Desember 2017.

2. Uji Normalitas

Dalam uji normalitas dilakukan dengan cara menggunakan Software SPSS. Jika nilai signifikansi yang diperoleh diatas 0,05 maka data yang diujimemperoleh signifikansi yang normal.

Dalam uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. dengan uji kolmogorof

$\text{Sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal

$\text{Sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.⁵

3. Uji Asumsi Klasik

a). Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidal terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel independenya.⁶

Uji multikolinearitas merupakan kondisi dimana dua atau lebih variabel bebas saling berkorelasi. Estimasi parameter dalam model regresi menjadi bias ketika kondisi ini terjadi, selain sesatan bakunya menjadi besar, koefisien regresinya juga relatif kurang presisi. Munculnya multikolinearitas dapat diindikasikan dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Yang merupakan simpangan baku

⁵V. Wiratna Sujarweni “*Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016) hlm. 179.

⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis multivariasie dengan Progrm SPSS 23*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm.103

kuadrat dan digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antar variabel bebas. Nilai VIF melebihi 0,10 menunjukkan adanya gejala multikolinaritas.⁷

- 1) jika nilai $VIF < 10$ artinya tidak terjadi multikolinaritas terhadap data yang di uji
- 2) jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinaritas
- 3) jika nilai *tolerance* $> 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinaritas
- 4) jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinaritas

b). Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan sebuah regresi varian residual tidak konstan sehingga hasil prediksinya diragukan. Syarat digunakan agar terpenuhinya model regresi yaitu tidak ada gejala heteroskedastisitas. Metode atau cara melakukan uji heteroskedastisitas ialah dengan cara melakukan uji *scatterplots* regresi. Adapun kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:⁸

- 1) Apabila membentuk pola tertentu, titik titik pada uji *scatterplots* membentuk suatu pola tertentu seperti bentuk gelombang, melebar kemudian menyempit, berarti terjadi heteroskedastisitas.

⁷Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan Spss 23* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016), hlm.68.

⁸Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengelolaan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm.113.

- 2) Apabila tidak membentuk pola yang jelas, titik titik pada uji *scatterplots* menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas

c). Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik ialah tidak terjadi masalah autokorelasi. Masalah auto korelasi terlihat jika ada korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode T dengan periode T sebelumnya.

Metode atau cara melakukan uji autokorelasi ialah dengan cara melakukan uji *Durbin Watson* melalui program SPSS, adapun bentuk umum pengambilan keputusannya yaitu:

- 1). Jika angka D-W dibawah - 2 artinya autokorelasi positif
- 2). Jika angka D-W dibawah + 2 artinya autokorelasi negative
- 3) Jika angka D-W diantara -2 dan +2 artinya tidak terjadi autokorelasi.⁹

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu alat untuk melihat hubungan Variabel berguna untuk melihat faktor manakah yang memiliki pengaruh signifikan.¹⁰ Analisis regresi berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan mengalami (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediksi dimanipulasi dan mengalami kenaikan dan penurunan. Jadi

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Op Cit*, hlm 180

¹⁰ Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 103.

analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Bentuk umum persamaan regresi berganda, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dari persamaan diatas, maka diperoleh rumus matematika baru dalam penelitian ini:

$$LU = a + b_1BP + b_2BP + e$$

keterangan:

LU = Laba Bersih
 BP = Biaya Produksi
 BP = Biaya Promosi
 a = Konstanta
 b₁ = Koefisien Biaya Produksi
 b₂ = Koefisien Modal Kerja
 e = *standar error*

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis tidak menguji kebenaran hipotesis, tetapi menguji diterima atau ditolaknya. Uji ini dilakukan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji yang dilakukan pada tingkat kesalahan 5% atau 0,05, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Berikut kriteria melakukan uji hipotesis¹¹

¹¹Muhammad Teguh, *Op. Cit*, hlm. 103

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.

Berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 ditolak artinya maka tidak ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) hipotesis ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_a diterima artinya maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap Variabel terikat (y) hipotesis diterima.

Berdasarkan nilai signifikan (sig)

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau hipotesis ditolak

Rumus mencari t_{tabel} yaitu: $df = (n-k-1)$ ¹².

Keterangan:

- a = tingkat kepercayaan penelitian dalam hal ini $a = 0,05$
- n = Jumlah sampel (32)
- k = Jumlah variabel independent (2)
- df = derajat keabsahan nilai residual

b) Uji Simultan (uji F)

Uji f bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

¹²Eka Retnowati, "Penyebab Underpricing Pada Penawaran Saham Perdana Di Indonesia" *Jurnal Accounting Analysis*, vol. 2 no. 2, 2013.

- 1) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka h_0 ditolak dan h_a diterima artinya, semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen/terikat.
- 2) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka h_0 diterima dan h_a ditolak. Artinya semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen/terikat.

Berdasarkan nilai signifikan

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka h_0 ditolak h_a diterima artinya, semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka h_0 diterima dan h_a ditolak artinya semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

Rumus mencari F_{tabel} yaitu : $df = (n-k-1)$ ¹³

Keterangan:

- a = tingkat kepercayaan penelitian dalam hal ini $a = 0,05$
- n = Jumlah sampel (32)
- k = Jumlah variabel independent (2)
- df = derajat kebebasan nilai residual

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 bertujuan untuk mengukur variabel independen menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ialah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang paling kecil berarti kemampuan

¹³ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 258.

variabel independen memberikan informasi untuk memprediksi variabel dependen.

Uji koefisien determinasi merupakan uji yang dilakukan untuk melihat seberapa besar persentase variasi yang dimiliki oleh variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya yang dihasilkan melalui persamaan regresi.¹⁴

¹⁴Mahyus Ekadana, *Ekonomitrika Dasar Untuk Penelitian Dibiidang Ekonomi, Sosial, Dan Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 62.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Sido Muncul

Mengawali usaha sebagai pemilik pemerah susu terbesar bernama Melkrey di Ambarawa, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, di sinilah titik awal perjalanan usaha pasangan suami istri Bapak Siem Thiam Hie (28 Januari 1897–12 April 1976) dan Ibu Rakhmat Sulistio (13 Agustus 1897–14 Februari 1983) dimulai. Pada 1930, pasangan ini merintis toko roti dengan nama Roti Muncul. Pada tahun yang sama, Ibu Rakhmat Sulistio mulai meracik jamu masuk angin yang kini dikenal dengan nama Tolak Angin.

Berbekal kemahiran Ibu Rakhmat (Go Djing Nio) dalam mengolah jamu dan rempah-rempah, pasangan ini memutuskan membuka usaha jamu di Yogyakarta. 1940, Tolak Angin dalam bentuk godokan mulai dipasarkan

Tahun 1951 Mendirikan perusahaan sederhana dengan nama Sido Muncul yang berarti Impian yang Terwujud di Jalan Mlaten Trenggulun, Semarang. Dibentuklah Perseroan Terbatas dengan nama PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul sebelumnya berbentuk CV pada tahun 1970

Sido Muncul membangun pabrik jamu modern dengan luas 30 hektar di Klepu, Kecamatan Bergas, Ungaran. Pembangunan pabrik

ditandai dengan peletakan batu pertama oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X pada 21 Agustus 1997

Sido Muncul meresmikan pabrik baru pada 11 November 2000. Peresmian dilakukan oleh Menteri Kesehatan dan Kesejahteraan Sosial Republik Indonesia Dr. dr. Achmad Sujudi MHA. Pada saat bersamaan, Sido Muncul menerima dua sertifikat yang setara dengan farmasi, yaitu Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB) dan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB).

Memproduksi lebih dari 250 jenis produk. Produk unggulan kami adalah Tolak Angin, Tolak Linu, Kuku Bima Energi, Alang Sari Plus, Kopi Jahe Sido Muncul, Kuku Bima Kopi Ginseng, Susu Jahe, Jamu Komplit, dan Kunyit Asam.

Sido Muncul memiliki 109 distributor di seluruh Indonesia. Berbagai produk unggulan Sido Muncul juga telah di ekspor ke beberapa negara Asia Tenggara. Pada 18 Desember 2013, Sido Muncul secara resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan kode emiten SIDO.

Sido Muncul memperoleh sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia untuk 274 produk. Sertifikat yang diterima pada 6 Maret 2019 ini terbagi dalam empat jenis produk, yaitu Jamu, Suplemen dan Bahan Suplemen, Minuman dan Bahan Minuman serta permen.

2. Kegiatan Sosial Perusahaan

Program Corporate Social Responsibility (CSR) Sido Muncul yang ingin menekankan kepada aspek Pengembangan Masyarakat memunculkan ide program Desa Wisata. Desa Bergas Kidul dan Desa Diwak merupakan salah satu dari lima desa yang dipetakan kedalam Ring 1 dengan desa Ngempon, Karangjati dan Klepu. Wilayah Ring 1 merupakan wilayah program Corporate Social Responsibility (CSR) dari Sido Muncul yang letaknya paling dekat dengan perusahaan.

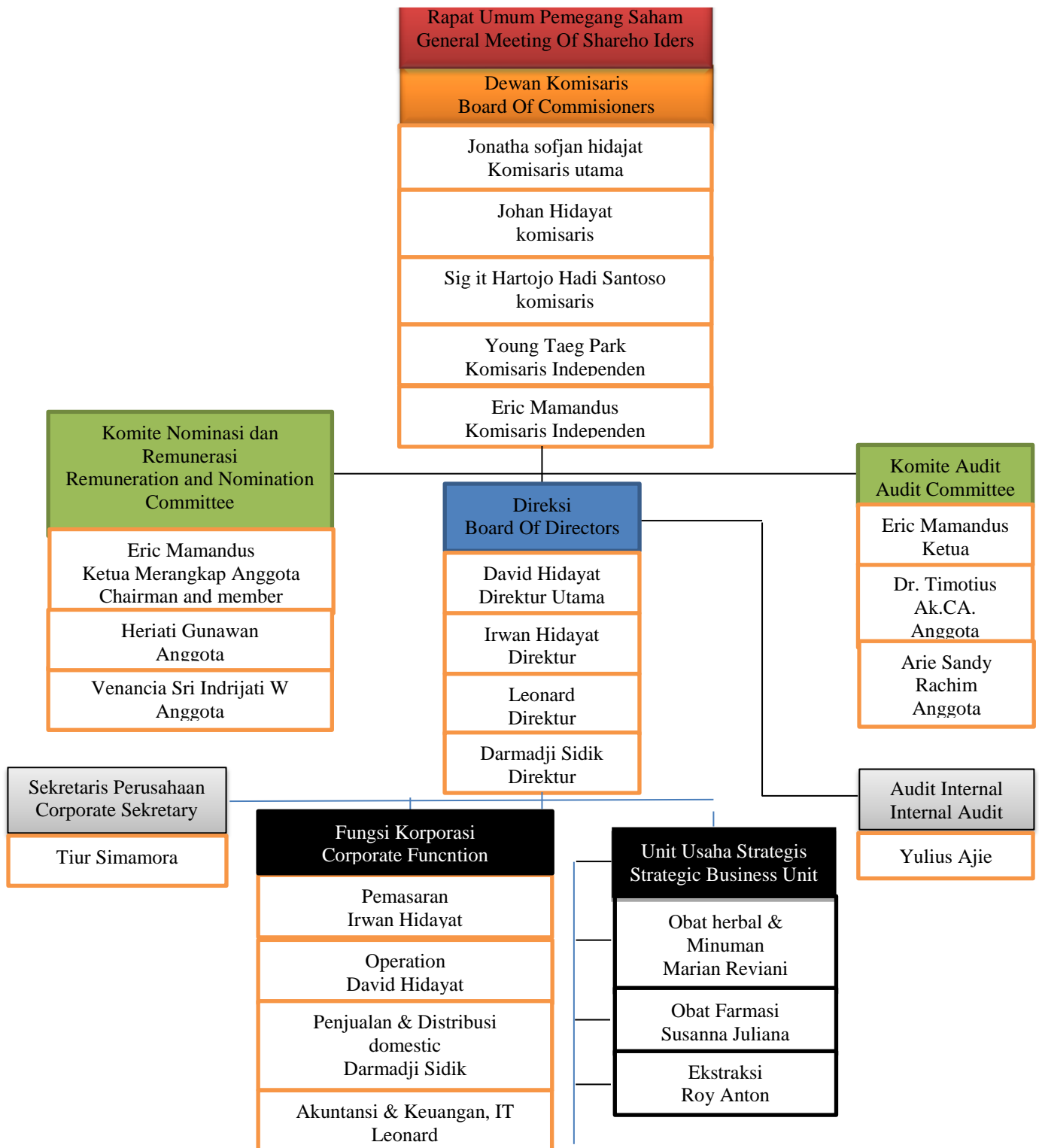
Selain melakukan *monitoring* tanaman durian, Sido Muncul kembali membuat pelatihan di Desa Bergas Kidul dan Diwak untuk menunjang perekonomian masyarakat seiring dengan pertumbuhan durian dan alpukat menuju umur produktifnya. Pelatihan tersebut ditujukan untuk Ibu PKK dalam bentuk belajar pembuatan makanan ringan. Harapannya selain kelompok tani, kelompok PKK juga dapat merasakan manfaat dari program yang dilakukan oleh Sido Muncul. Pada tahun 2020, hasil olahan Desa Bergas Kidul dengan *brand* Mbok Jajan dibawah binaan Sido Muncul sudah mampu meningkatkan penjualan makanannya.¹

3. Struktur Umum Organisasi PT Sido Muncul

Struktur organisasi ialah bagaimana pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan. Struktur organisasi pada PT. Sido Muncul Tbk, sebagai berikut:

¹ <http://sidomuncul.co.id>

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT Sido Muncul Tbk



4. Visi dan Misi PT. Sido Muncul Tbk

Adapun visi dan misi PT. Sido Muncul Tbk adalah sebagai berikut:

b. Visi

Menjadi perusahaan farmasi, obat tradisional, makanan minuman kesehatan, kosmetik dan pengolahan bahan herbal yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

c. Misi

- 1) Mengembangkan produk-produk berbahan baku herbal dalam bentuk sediaan farmasi, obat tradisional, makanan minuman kesehatan, dan kosmetik berdasarkan penelitian yang rasional, aman, dan jujur.
- 2) Mengembangkan penelitian obat-obat secara berkesinambungan.
- 3) Membantu dan mendorong pemerintah, institusi pendidikan, dunia kedokteran agar lebih berperan dalam penelitian farmasi dan pengembangan obat dan pengobatan herbal.
- 4) Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membina kesehatan melalui pola hidup sehat, pemakaian bahan-bahan alami, dan pengobatan secara *naturopathy*.
- 5) Melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang intensif.
- 6) Mengelola perusahaan yang berorientasi ramah lingkungan.
- 7) Menjadi perusahaan obat herbal yang mendunia.²

² <http://www.sidomuncul.co.id>

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Data yang digunakan merupakan laporan keuangan bentuk neraca per triwulan, untuk melihat nilai laba bersih, biaya produksi dan biaya promosi. Data laporan keuangan diperoleh dari website perusahaan yang dipublikasi, perusahaan menyediakan neraca laporan keuangan yang dapat diakses. Deskripsi hasil penelitian merupakan gambaran laporan keuangan perusahaan pada tahun tertentu untuk diambil sebagai data penelitian. Data penelitiannya sebagai berikut:

1. Deskripsi Laba Usaha

Berikut data laporan laba usaha PT. Sido Muncul Tbk tahun 2014- 2021 per triwulan:

Tabel 4.1
Laba Usaha PT. Sido Muncul Tbk
Triwulan periode 2014- 2021
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
2014	115.910.000.000	325.360.000.000	314.483.000.000	415.193.000.000
2015	118.026.000.000	246.119.000.000	326.031.000.000	437.475.000.000
2016	125.410.000.000	265.149.000.000	351.929.000.000	480.525.000.000
2017	127.546.000.000	244.961.000.000	380.384.000.000	533.799.000.000
2018	169.082.000.000	291.771.000.000	480.110.000.000	663.849.000.000
2019	208.868.000.000	374.116.000.000	578.445.000.000	807.689.000.000
2020	231.534.000.000	413.791.000.000	640.805.000.000	934.016.000.000
2021	269.043.000.000	502.001.000.000	865.498.000.000	1.260.898.000.000

Sumber : <http://www.sidomuncul.co.id>

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa nilai laba usaha tertinggi pada periode 2014-2021 terdapat pada tahun 2021 triwulan 4 sebesar Rp.1.260.989.000.000, sedangkan nilai laba usaha terendah yaitu pada tahun 2014 triwulan 1 sebesar Rp. 115.910.000.000.

2. Deskripsi Biaya Produksi

Berikut data laporan Biaya Produksi PT. Sido Muncul Tbk tahun 2014- 2021 per triwulan:

Tabel 4.2
Biaya Produksi PT Sido Muncul Tbk
Triwulan periode 2014- 2021
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
2014	255.972.000.000	590.842.000.000	811.816.000.000	1.068.790.000.000
2015	3.289.000.000	531.746.000.000	774.115.000.000	1.008.349.000.000
2016	293.544.000.000	590.252.000.000	849.571.000.000	1.138.551.000.000
2017	274.685.000.000	543.194.000.000	776.623.000.000	1.080.989.000.000
2018	257.659.000.000	675.963.000.000	1.004.695.000.000	1.363.877.000.000
2019	338.795.000.000	668.622.000.000	1.009.870.000.000	1.387.619.000.000
2020	340.096.000.000	718.211.000.000	1.070.755.000.000	1.472.755.000.000
2021	407.338.000.000	778.374.000.000	1.292.724.000.000	1.775.005.000.000

Sumber : <http://www.sidomuncul.co.id>

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nilai biaya produksi tertinggi pada periode 2014- 2021 terdapat pada tahun 2021 triwulan 4 sebesar Rp. 1.775.005.000.000, sedangkan nilai biaya produksi terendah yaitu pada tahun 2015 triwulan 1 sebesar Rp. 3.289.000.000.

3. Deskripsi Biaya Promosi

Berikut data laporan Biaya Promosi PT. Sido Muncul Tbk tahun 2014-2021 per triwulan:

Tabel 4.3
Biaya Promosi PT. Sido Muncul Tbk
Triwulan periode 2014- 2021
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
2014	28.957.000.000	55.216.000.000	98.527.000.000	183.501.000.000
2015	11.131.000.000	79.060.000.000	135.143.000.000	202.768.000.000
2016	40.066.000.000	84.082.000.000	143.702.000.000	239.632.000.000
2017	41.576.000.000	98.832.000.000	174.860.000.000	244.651.000.000
2018	33.443.000.000	117.023.000.000	188.597.000.000	284.626.000.000
2019	47.566.000.000	113.319.000.000	201.449.000.000	357.109.000.000
2020	54.283.000.000	122.009.000.000	206.241.000.000	359.460.000.000
2021	55.556.000.000	152.611.000.000	241.915.000.000	395.325.000.000

Sumber : <http://www.sidomuncul.co.id>

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai biaya promosi tertinggi pada periode 2014-2021 terdapat pada tahun 2021 triwulan 4 sebesar Rp. 395.325.000.000, sedangkan nilai biaya prodmosi terendah yaitu pada tahun 2015 triwulan 1 sebesar Rp.11.131.000.000.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Hasil uji analisis statistik deskriptif yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
biaya produksi	32	115910	1260898	421869.25	262798.880
biaya promosi	32	3289	1775005	786083.94	416456.794
laba usaha	32	11131	395325	149757.38	103079.962
Valid N (listwise)	32				

Sumber : ouput spss 23

Hasil analisis statistik deskriptif dari tabel 4.4 untuk variabel laba usaha dengan jumlah datanya 32, mean laba usahanya adalah Rp. 149.757.000.000,38 standar deviasinya adalah Rp. 103.079.000.000,962, nilai minimumnya adalah Rp. 11.131.000.000 dan nilai maksimumnya adalah Rp.395.325.000.000

Hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel biaya produksi dengan jumlah datanya 32, mean biaya produksi adalah Rp.421.869.000.000,25, standar deviasinya adalah Rp.262.798.000.000,880, nilai minimumnya adalah Rp.115.910.000.000, dan nilai maksimumnya adalah Rp. 1.260.898.000.000.

Hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel Biaya Promosi dengan jumlah datanya 32, mean biaya promosi adalah

Rp.786.083,000,000,94 standar deviasinya adalah Rp.416.456.000.000,794, nilai minimumnya adalah Rp. 3.289.000.000, dan nilai maksimumnya adalah Rp. 1.775.005.000.000.

2. Hasil uji normalitas

Hasil uji normalitas yang telah diolah dengan metode uji *kolmogrov simirnov* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	23393.60248292
Most Extreme Differences	Absolute	.136
	Positive	.099
	Negative	-.136
Test Statistic		.136
Asymp. Sig. (2-tailed)		.142 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : ouput spss 23

Berdasarkan hasil uji normalitas dari tabel 4.5 diketahui nilai signifikan 0,142 lebih besar dari 0,05 Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai residual berdistribusi normal, Karna normal maka dapat lanjut ke analisis regresi karena syarat dalam uji asumsi klasik dalam hal ini nilai residual nya sudah dinyatakan berdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
	(Constant)	-34858.061	9431.655					
biaya produksi	.099	.046	.253		2.176	.038	.131	7.642
biaya promosi	.182	.029	.733		6.294	.000	.131	7.642

a. Dependent Variable: laba usaha

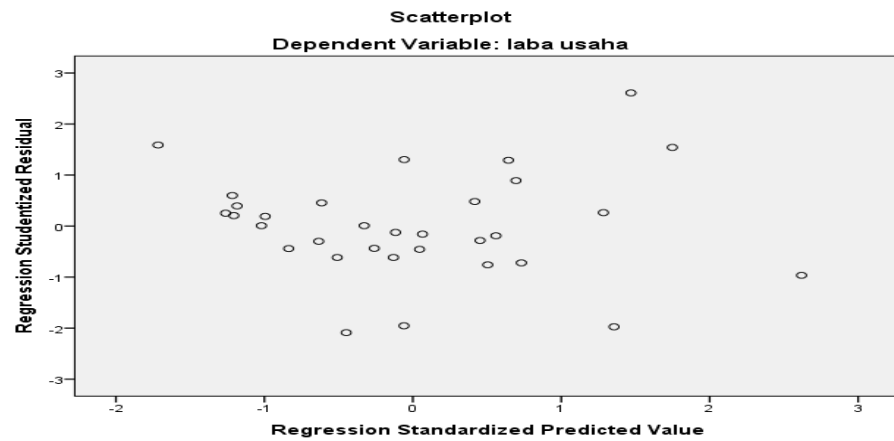
Sumber : ouput spss 23

Dari nilai VIF diperoleh nilai nya sebesar 7,642 artinya nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat dikatatakan tidak terjadi masalah atau gejala multikolinearitas. Nilai *Tolerance* 0,131 artinya nilai tolerance 0,131 lebih besar 0,10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas yang telah diolah dengan metode *scatterplots* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji heteroskedastisitas



Sumber : ouput spss 23

Berdasarkan tabel 4.7, Titik-titik pada tabel menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau bawah saja, penyebaran titik data tidak membentuk pola tertentu. Kesimpulan bahwa dapat dikatakan dalam model regresi pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

c. Hasil Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi yang telah diolah dengan metode *durbin watson* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.974 ^a	.948	.945	24186.830	1.525

a. Predictors: (Constant), biaya promosi, biaya produksi

b. Dependent Variable: laba usaha

Sumber : ouput spss 23

Hasil uji autokorelasi pada tabel 4.8, nilai *Durbin Watson* yaitu 1,525 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa $-2 < D-W < +2$ yaitu $-2 < 1,525 < +2$ artinya tidak terjadi autokorelasi di antara variabel bebas dan variabel terikat.

4. Hasil Analisis Regresi Berganda

Hasil uji analisis regresi berganda yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34858.061	9431.655		-3.696	.001
	biaya produksi	.099	.046	.253	2.176	.038
	biaya promosi	.182	.029	.733	6.294	.000

a. Dependent Variable: laba usaha

Sumber : ouput spss 23

Berdasarkan tabel 4.9, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda adalah:

$$LU = \alpha + u_1BP + u_2BP + e$$

$$LU = 34.858.000.000,061 + 0.099 + 0.182 + 9.431,655$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Nilai konstanta (α) 34.858.000.000,061, artinya jika biaya produksi dan biaya promosi bernilai 0 maka nilai laba usaha sebesar 34.858.000.000,061

- b. Nilai koefisien regresi biaya produksi sebesar 0,099 ini menunjukkan bahwa variabel biaya produksi mempunyai pengaruh positif terhadap laba usaha yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 jutaan variabel biaya produksi maka akan mempengaruhi laba usaha sebesar 0,099 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain bernilai 0
- c. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,182 ini menunjukkan bahwa variabel biaya promosi mempunyai pengaruh positif terhadap laba usaha yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 jutaan variabel biaya promosi, maka laba usaha akan naik sebesar 0,182 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain bernilai 0.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-34858.061	9431.655		-3.696	.001
biaya produksi	.099	.046	.253	2.176	.038
biaya promosi	.182	.029	.733	6.294	.000

a. Dependent Variable: laba usaha

Sumber : ouput spss 23

Berikut hasil uji parsial penelitian ini

1) Biaya Produksi terhadap Laba Usaha

Hasil uji hipotesis secara parsial variabel biaya produksi Berdasarkan tabel 4.10, Nilai biaya produksi sebesar 2,176 dan nilai t_{tabel} 2,045 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,176 > 2,045$ dan signifikansi $0,038 < 0,05$ maka H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha.

2) Biaya Promosi terhadap Laba Usaha

Hasil uji hipotesis secara parsial variabel biaya promosi pada tabel 4.10, Nilai Biaya Promosi sebesar 6,294 dan nilai t_{tabel} 2,045 Menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,294 > 2,045$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ Maka h_{a2} diterima artinya terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba usaha.

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji simultan (Uji F)

ANOVA.^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	312424753306.504	2	156212376653.252	267.028	.000 ^b
Residual	16965079750.996	29	585002750.034		
Total	329389833057.500	31			

a. Dependent Variable: laba usaha

b. Predictors: (Constant), biaya promosi, biaya produksi

Sumber : ouput spss 23

Hasil uji F pada tabel 4.11 sebesar 267,028 dan nilai F_{tabel} 3.33 menunjukkan bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ sebesar $279.782 > 3,33$ dan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh biaya produksi dan Biaya Promosi terhadap laba usaha secara simultan.

6. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.974 ^a	.948	.945	24186.830

a. Predictors: (Constant), biaya promosi, biaya produksi

b. Dependent Variable: laba usaha

Sumber : ouput spss 23

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.12, nilai *R square* adalah 0,948 atau sama dengan 94,8 % artinya bahwa biaya produksi dan biaya promosi mempengaruhi laba usaha sebesar 94,8%. sedangkan sisanya ($100\% - 94,8\% = 5,2\%$) diterangkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Itu berarti selain variabel biaya produksi dan biaya promosi masih ada variabel yang mempengaruhi laba usaha, seperti: volume penjualan, harga jual, perubahan harga pokok penjualan, dan perubahan pajak.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2014-2021

Hasil analisis data pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel biaya produksi memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,176 > 2,045$ dan nilai signifikansi $0,038 < 0,05$, maka H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori, apabila produksi meningkat, maka berdampak pada biaya yang lain akan meningkat berdampak pada laba.³ Dengan kata lain apabila biaya produksi meningkat maka seharusnya laba juga ikut meningkat.

Dan juga diperkuat dengan teori modal kerja yang menyatakan semakin banyak dana atau biaya yang digunakan untuk modal kerja, dan biaya yang dikeluarkan perusahaan seharusnya dapat meningkatkan laba yang diperoleh oleh perusahaan.⁴

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Saukani dengan judul penelitian pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih pada PT. Indofood sukses makmur Tbk (2011-2012) yang dalam penelitiannya mengatakan ada pengaruh

³ Putu Rustami, Dkk, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis" Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesa, vol. 2, 2014.

⁴ Kasmir, Analisis Laporan Keuangan, (Jakarta: PT Rajagrafindo, 2018), hlm.251.

yang signifikan antara biaya produksi terhadap laba bersih secara parsial.⁵

Jadi hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha secara simultan pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

2. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2014-2021

Hasil analisis pada hipotesis kedua menunjukkan data variabel biaya promosi memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,294 > 2,045$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{a2} diterima artinya terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba usaha.

Jadi hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha secara simultan pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk

3. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Usaha Pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2014-2021

Hasil uji F (uji secara simultan) dalam penelitian menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $267,028 > 3,33$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{a3} diterima artinya biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha secara simultan.

⁵ Ahmad Saukani, *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk*, (Skripsi IAIN Padangsidempuan).

Jadi hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha secara simultan pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan setiap prosedur dan langkah yang diambil agar hasil yang diperoleh maksimal. Ada beberapa keterbatasan yang dialami peneliti dalam melakukan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan asumsi data yang diperoleh (data sekunder) dari website <http://sidomuncul.co.id> adalah benar.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, yaitu hanya terfokus pada variabel biaya produksi, biaya promosi dan laba usaha.
3. Penelitian ini hanya mengambil data seperlunya saja yaitu pada tahun 2014- 2021.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian yang membahas pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk,

1. Terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014 – 2021.
2. Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014 – 2021.
3. Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014 – 2021.

B. Saran

Berdasarkan penelitian pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Ada beberapa saran dari peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan harus memajemen dalam penggunaan kegiatan operasional agar laba meningkat, serta perusahaan harus mampu menekan biaya produksi dan biaya promosi agar pembuatan produk dan penetapan harga jual tidak terlalu tinggi yang berdampak pada volume penjualan dan akan mempengaruhi laba.

2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain. Untuk melihat seberapa besar variabel lain dapat mempengaruhi laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap, “*Revoluai Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016),
- Agus Putranto, “Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan” *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4 no. 2, 2017.
- Amelia A.A Lambajang, “Analisa Perhitungan Biaya Produksi Menggunakan Metode Variabel Coasting Pt Tropica Cocoprime” *Jurnal EMBA*, vol. 1 no. 3, 2013.
- Ani Zahara Dan Rachma Zannati, “Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Batu Bara Terdaftar BEI” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3 no. 2, 2018
- Asep Mulyana “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015” *Jurnal Manajemen Indonesia*, vol. 17 no.3, Desember 2017.
- Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam Al-qur’an*, (Bandung: Aulia Grafika 2014)
- Darsono, Ari Purwanti, *Penganggaran Perusahaan* Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Departemen Agama, *Al- Qur’an Tajwid Warna, Terjemah Perkata, Terjemah Inggris* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012),
- Dwi nugraha, dkk, “penerapan kualitas untuk meningkatkan efisiensi biaya produks pada pt. pertain (persero) cabang Sulawesi utara, dalam jurnal riset akuntans going concern FEB UNSRAT, vol 8 no.3, 2013.
- Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014.
- Eka Nuraini Dan Ab Mumin, “Hubungan Keuntungan Dengan Resiko Dalam Perspektif Fiqih Aplikasinya Pada Institusi Keuangan Islam,” *Jurnal Tabarru: Islamic Banking And Finance*, vol. 5 no. 1, 2014.
- Eka Retnowati, “Penyebab Underpricing Pada Penawaran Saham Perdana Di Indonesia” *Jurnal Accounting Analysis*, vol. 2 no. 2, 2013.
- Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan Spss 23* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016).

- Ida Bagus Agung Dharmanegar, "*Penganggaran Perusahaan Teori dan Aplikasi*",(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis multivariasie dengan Progrm SPSS 23*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013).
- Istianah Dan Mintaraga Surya, "Terjemah Al- Qur'an Quraish Shihab Pada Ayat Produksi, Distribusi Dan Konsumsi," *Jurnal Pemikiran Islam*, vol. 20 no. 2, 2019.
- Jumingan, Analisis Laporan Keuangan Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Jumingan, Analisis laporan keuangan (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017).
- Jundan Adiwiratama, "Pengaruh Informasi Laba, Arus Kas Dan Size Perusahaan Terhadap Return Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika Jindah*, vol. 2 no. 1, 2012.
- Kasmir, "Pengantar Manajemen Keuangan", (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2016)
- Kurnia Ekasari, "Hermeneutika Laba Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, vol. 4 no. 1, 2014.
- Lukman Hidayat Dan Suhandi Salim, "Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan" *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 1 no.2, 2013.
- Mahyus Ekadana, *Ekonomitrika Dasar Untuk Penelitian Dibidang Ekonomi, Sosial, Dan Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015)
- M. Manullang, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Indonesia Pustaka 2016),
- Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Kemudahan Dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1* (Jakarta: Gema Insani, 1999)
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* Jakarta: Kencana, 2010.
- Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomi Dan Bisnis* Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Putu Rustami, Dkk, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis" *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesa*, vol. 2, 2014.

Setia Prima Dewi, Septian Bayu Kristanto, Akuntansi Biaya Bogor: In Media, 2015.

Shinta handayani, "pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan pada pt. holcim Indonesia tbk," skripsi IAIN Padangsidempuan, 2017.

Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Raja Wali, 2017.

Sugioyono, metodologi Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2012).

Suherman Rosyidi, "*Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Makro dan Mikro*" (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2012),

V. Wiratna Sujarweni "*Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016)

Zaki Baridwan, Intrermediate Accounting Yogyakarta: PFE, 2012.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Muhammad Raja Saputra Lubis
2. Tempat / Tanggal Lahir : Lopian, 7 Februari 1998
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki- Laki
5. Anak Ke : 1 dari 5 Bersaudara
6. Alamat : Lopian
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon/HP : 0852-7663-7396
9. Email : rajalubis514@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 153065 Lopian (2008-2013)
2. SMP N 1 Badiri (2013-2015)
3. MAN PANDAN (2015-2017)
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2017-2022)

III. IDENTITAS ORANGTUA

- | | |
|----------------|-------------------|
| Nama Ayah | : Sainuddin Lubis |
| Pekerjaan Ayah | : Petani |
| Nama Ibu | : Nawati Harahap |
| Pekerjaan Ibu | : Pedagang |
| Alamat | : Lopian |

IV. MOTTO HIDUP

“Lakukan walaupun itu sulit, jika kenyataannya itu benar”

1. Uji deskriptif statistic

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
biaya produksi	32	115910	1260898	421869.25	262798.880
biaya promosi	32	3289	1775005	786083.94	416456.794
laba usaha	32	11131	395325	149757.38	103079.962
Valid N (listwise)	32				

2. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	23393.60248292
Most Extreme Differences	Absolute	.136
	Positive	.099
	Negative	-.136
Test Statistic		.136
Asymp. Sig. (2-tailed)		.142 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

3. Uji multikolineriaritas

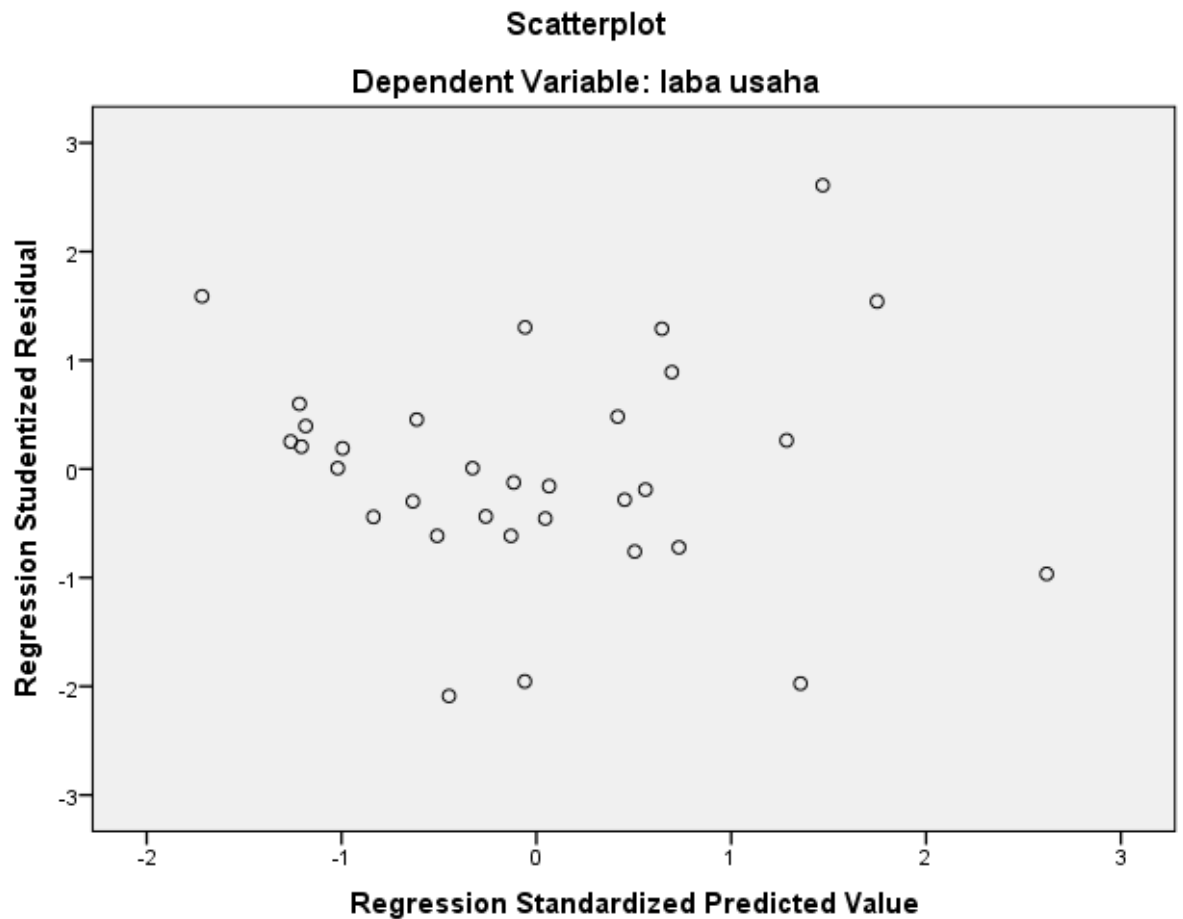
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-34858.061	9431.655		-3.696	.001		
biaya produksi	.099	.046	.253	2.176	.038	.131	7.642

biaya promosi	.182	.029	.733	6.294	.000	.131	7.642
---------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: laba usaha

4. Uji heteroskedasitas



5. Uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.974 ^a	.948	.945	24186.830	1.525

a. Predictors: (Constant), biaya promosi, biaya produksi

b. Dependent Variable: laba usaha

6. Uji regresi berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-34858.061	9431.655		-3.696	.001
	biaya produksi	.099	.046	.253	2.176	.038
	biaya promosi	.182	.029	.733	6.294	.000

a. Dependent Variable: laba usaha

$$LB = \alpha + b_1BP + b_2MK$$

$$LB = 33944.579$$

7. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-34858.061	9431.655		-3.696	.001
	biaya produksi	.099	.046	.253	2.176	.038
	biaya promosi	.182	.029	.733	6.294	.000

a. Dependent Variable: laba usaha

8. Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	312424753306. 504	2	156212376653. 252	267.028	.000 ^b
	Residual	16965079750.9 96	29	585002750.034		
	Total	329389833057. 500	31			

a. Dependent Variable: laba usaha

b. Predictors: (Constant), biaya promosi, biaya produksi

9. Uji dermninasi r2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.974 ^a	.948	.945	24186.830

a. Predictors: (Constant), biaya promosi, biaya produksi

b. Dependent Variable: laba usaha

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903

39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	9.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91

44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89