



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP PENJUALAN PADA PT. AKASHA WIRA
INTERNASIONAL TBK
TAHUN 2012-2022**

SKRIPSI

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

Oleh

**RIZKY ATIKA SIREGAR
NIM: 18 402 00324**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP PENJUALAN PADA PT. AKASHA WIRA
INTERNASIONAL TBK
TAHUN 2012-2022**

SKRIPSI

*Diajukan untuk melengkapi tugas dan Syarat-syarat
Mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**RIZKY ATIKA SIREGAR
NIM: 18 402 00324**

PEMBIMBING I

H. Aswadi Labis, S.E, M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II

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

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2023



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. Rizky Atika Siregar
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 12 Januari 2023

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Rizky Atika Siregar yang berjudul "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022." 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 UIN SYAHADA 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 terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Zulaka Matondang, S.Pd, M.Si
NIPN. 2017058302

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : RIZKY ATIKA SIREGAR

NIM : 18 402 00324

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022**

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 UIN SYAHADA Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidempuan, 12 Januari 2023

Saya yang Menyatakan,



Rizky Atika Siregar

NIM. 18 402 00324

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RIZKY ATIKA SIREGAR

NIM : 18 402 00324

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 Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary 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 : 12 Januari 2023

Yang menyatakan,



RIZKY ATIKA SIREGAR

NIM. 18 402 00324



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : Rizky Atika Siregar
NIM : 18 402 00324
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

Ketua

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

Sekretaris

Nofinawati, MA
NIP. 19821116 201101 003

Anggota

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

Nofinawati, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

H. Asyadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Muhammad Isa, ST., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

PelaksanaanSidangMunaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Jumat / 05 Mei 2023
Pukul : 14.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 70,5 (B)



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

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022**

Nama : **Rizky Atika Siregar**

NIM : **18 402 00324**

IPK : **3.35**

Predikat : **Sangat Memuaskan**

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

Padangsidimpuan, 20 Juni 2023



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

ABSTRAK

Nama : RIZKY ATIKA SIREGAR
NIM : 18 402 00324
Judul Skripsi :Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022

Pada laporan keuangan PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022 terjadi fluktuasi. Pada tahun 2014 biaya produksi mengalami penurunan sedangkan penjualan mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 biaya produksi mengalami peningkatan sedangkan penjualan mengalami penurunan. Pada tahun 2019 biaya produksi mengalami penurunan sedangkan penjualan mengalami peningkatan. Pada tahun 2013 biaya promosi mengalami penurunan sedangkan penjualan mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 biaya promosi mengalami penurunan sedangkan penjualan mengalami peningkatan. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

Teori dalam penelitian ini mengenai penjualan yang membahas pengertian penjualan, pandangan islam terhadap penjualan, tujuan penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan dan produksi yang membahas pengertian biaya produksi, jenis-jenis biaya produksi, pengaruh biaya produksi terhadap penjualan serta promosi yang membahas pengertian biaya promosi, tujuan dan strategi promosi.

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data sekunder yang berasal dari website *www.idx.co.id*. Jumlah sampel sebanyak 43. Metode pengambilan sampel adalah sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda menggunakan bantuan SPSS versi 26. Teknik analisis data yang digunakan analisis statistic deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik (multikolinearitas, autokolerasi, heteroskedastisitas), Uji hipotesis (Uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (R^2)).

Pada penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) pada variabel penjualan H_{a1} diterima dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti terdapat pengaruh variable biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Secara parsial (uji t) pada biaya promosi H_{a2} diterima dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti terdapat pengaruh variabel biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Secara simultan (uji F) adalah H_{a3} diterima dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Biaya Promosi, Penjualan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan ke ruh junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikut-Nya. Skripsi ini disusun guna memenuhi gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, petunjuk, serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, MA Wakil Rektor Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Armyn Hasibuan, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, sebagai ketua program studi Ekonomi Syariah dan sekretaris Ibu Rini Hayati Lubis, M.P serta civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
5. H. Aswadi Lubis, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, S.Pd, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia menjadi pembimbing dan pengarah dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang ikhlas dalam memberikan ilmunya sehingga peneliti dapat menyelesaikan studinya.
8. Teristimewa kepada Ayahanda Syamsul Bahri Siregar dan Zainab Harahap atas doa yang selalu dipanjatkan siang dan malam, perhatian, kasih sayang, dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Hasil karya yang sederhana ini untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta mudah-mudahan menyusul karya-karya selanjutnya, Aamiin.
9. Teristimewa kepada Kakak Mei Tina Sari, abang Hafiskal Rambe serta keponakan Azra dan Rahmadani tercinta yang selalu membantu dan memberikan

motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan proses perkuliahan dan sampai skripsi ini selesai.

10. Sahabat-sahabat tercinta seperjuangan Domi Andreyan ,Jelly, Fadillah, Wilinda, Warda, yang telah memberikan bantuan, semangat, dorongan, dan motivasi kepada peneliti.
11. Ucapan terima kasih untuk teman-teman KKL, dan Magang tahun 2022 yang telah memberikan semangat kepada peneliti.
12. Seluruh mahasiswa Akuntansi-3 angkatan 2018. Serta semua pihak yang telah berperan membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satupersatu.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini dan semoga mendapatkan ganjaran pahala yang berlipat ganda. Amin.

Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi ilmu dan pengalaman serta dapat mendatangkan manfaat dan berkah kepada semua pihak. Semoga ridha-Nya akan tetap menyertai kita semua.

Padangsidempuan, Januari 2023
Peneliti

RIZKY ATIKA SIREGAR
NIM. 1840200324

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan bahasa ‘Arab ke bahasa latin.

Penulisan transliterasi ‘Arab-Latin disini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	‘a	·	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je(dengan titik di bawah)
ح	ħa	ħ	Ha
خ	Kha	Kh	Kadan ha (dengan titik di atas)
د	Dal	D	De

ذ	'al	.	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	şad	ş	Es
ض	dad	d	de (dengan titik di atas)
ط	ḥa	ḥ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ع	'ain	ء	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge (dengan titik di atas)
ف	Fa	F	Ef (dengan titik di atas)
ق	Qaf	Q	Ki (dengan titik di atas)
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

ـَ	fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	ḍommah	U	U

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...َ... ...َ...َ	fathah dan alif atau ya	-	a dan garis atas
ي...ِ... ...ِ...ِ	Kasrah dan ya	-	i dan garis di bawah
و...ُ... ...ُ...ُ	ḍommah dan wau	-	u dan garis di atas

3. TaMarbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu sebagai berikut:

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

4. Syaddah (Tasydid)

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

5. Kata Sandang

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

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandangitu.
- b. Kata sandang yang diikuti hurufqamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai denganbunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan. Karena dalam penulisan Arab berupa Alif.

7. Penulisan Kata

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

8. Huruf Kapital

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

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

9. Tajwid

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

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Defenisi Operasional Variabel	11
F. Tujuan penelitian.....	12
G. Manfaat Penelitian.....	12
H. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	
1. Penjualan	16
a. Pengertian Penjualan	16
b. Pandangan Islam Terhadap Penjualan.....	21
c. Tujuan Penjualan	24
d. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	25
2. Biaya Produksi.....	26
a. Pengertian Biaya Produksi	26
b. Jenis-Jenis Biaya Produksi	27
c. Prinsip Biaya Produksi dalam Islam.....	28
d. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan.....	29
3. Biaya Promosi	29
a. Pengertian Biaya Promosi	29
b. Bentuk-Bentuk Promosi	31
c. Tujuan dan Strategi Pomosi	32
d. Promosi dalam Islam	33
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Pikir.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
B. Jenis Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel.....	45

D. Teknik Pengumpulan Data	46
E. Sumber Data	47
F. Teknik Analisis Data	47
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	48
2. Uji Normalitas	48
3. Uji Asumsi Klasik	49
a. Uji Multikolinearitas	49
b. Uji Autokorelasi	50
c. Uji Heteroskedstisitas	50
4. Uji Hipotesis	51
a. Uji Hipotesa Secara Parsial (uji t)	51
b. Uji Simultan (F).....	51
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
d. Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	54
1. Sejarah Perusahaan.....	54
2. Visi dan Misi Perusahaan	57
3. Struktur Organisasi	58
B. Deskripsi Data Penelitian	61
C. Hasil Analisis Data	65
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	65
2. Uji Normalitas	66
3. Uji Asumsi Klasik	67
a. Uji Multikolinearitas	67
b. Uji Autokorelasi	67
c. Uji Heteroskedstisitas	68
4. Uji Hipotesis	68
a. Uji Hipotesa Secara Parsial (uji t)	68
b. Uji Simultan (F).....	69
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
E. Keterbatasan Penelitian	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran-Saran.....	76

DARTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk.....	3
Tabel I.2 Data Biaya Produksi pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk.....	5
Tabel I.3 Data Biaya Promosi pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk	7
Tabel I.4 Definisi Operasional Variabel	11
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel IV.1 Perkembangan Penjualan.....	53
Tabel IV.2 Perkembangan Biaya produksi.....	54
Tabel IV.3 Perkembangan Biaya Promosi	55
Tabel IV.4 Uji Statistik Deskriptif.....	57
Tabel IV.5 Uji Normalitas	58
Tabel IV.6 Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel IV.7 Uji Autokorelasi	59
Tabel IV.8 Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel IV.9 Uji Parsial (uji t).....	60
Tabel IV.10 Uji Simultan (F)	61
Tabel IV.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel IV.12 Analisa Regresi Linier Berganda.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pikir	34
Gambar IV. 1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan merupakan tempat kegiatan untuk memproduksi, mengolah dan menciptakan barang atau jasa bagi konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.¹ kegiatan sebuah perusahaan intinya berpijak pada kegiatan trading atau perdagangan.²Perusahaan juga dapat memperkuat hubungan antara besarnya ukuran perusahaan dengan tingkat laba yang diperoleh.³ Laporan keuangan merupakan indikator utama yang dijadikan dasar penilaian perusahaan. Berdasarkan laporan keuangan perusahaan dapat dihitung sejumlah rasio keuangan yang lazim dijadikan dasar penilaian kinerja perusahaan.⁴ Tujuan khusus laporan keuangan adalah menyajikan secara wajar dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum mengenai posisi keuangan, hasil usaha, dan perubahan lain dalam posisi keuangan.⁵Laba juga dijadikan sebagai alat untuk kinerja perusahaan. Apabila suatu perusahaan mampu mengetahui baik buruknya kinerja suatu perusahaan, maka perusahaan mampu melakukan analisis laporan keuangan. Perusahaan memerlukan masyarakat untuk pengembangan produksi yang akan dijual.

¹Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 3-9.

² Windari, Abdul Nasser Hasibuan, “Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Rasio Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia”, IAIN Padangsidimpuan . Vol 5, No 1, Juni 2021.

³Agustine Rice, “Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba dengan Pengukuran Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, dalam *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskill*, Vol. 6, No. 1, April 2016, hlm. 385.

⁴ Ridwan Muhammad , Abdul Nasser Hasibuan,dkk, “ RESILIENCE OF BUSINESS ACTORS IN THE MIDST OF THE COVID-19 PANDEMIC CASE STUDY ON UD. SALACCA PARSALAKAN VILLAGE, WEST ANGKOLA DISTRICT, SOUTH TAPANULI REGENCY”, IAIN Padangsidimpuan Vol. 3, No. 1, Jul 2022.

⁵ Annisa Husna Harahap , Abdul Nasser Hasibuan, “ Analisis Laba terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat”. IAIN Padangsidimpuan, Volume 2 Nomor 2 Ed. Juli – Des 2021.

Jumlah laba usaha suatu perusahaan memberikan peran yang sangat penting dalam menentukan tingkat keberhasilan penjualan. Perubahan laba usaha dari tahun ke tahun dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Faktor tersebut seperti perubahan tingkat penjualan, perubahan harga pokok penjualan.⁶ Keberlangsungan dalam suatu usaha perusahaan harus memperhatikan tingkat penjualannya, karena dengan penjualan perusahaan akan mendapatkan suatu keuntungan. Semakin tinggi tingkat penjualan maka *profit* yang di hasilkan juga akan semakin tinggi.⁷

Penjualan sangatlah berperan penting bagi perusahaan karena sumber utama pendapatan perusahaan berasal dari penjualan. Penjualan juga merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan merupakan sumber penghasilan utama bagi perusahaan. Penjualan adalah aktivitas yang dilakukan oleh penjual dalam memasarkan produk atau jasa dengan harapan akan mendapat laba dari adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.⁸ Dengan adanya penjualan suatu perusahaan atau apapun bentuk usahanya pasti akan dapat bertahan, akan tetapi begitu pula sebaliknya. Maka dari itu secara otomatis dan secara tidak langsung suatu perusahaan ataupun

⁶ Jumingan, *Analisis laporan keuangan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 161.

⁷ Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan," *VALUTA* 2, No. 2 (2016): 286-303, <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/1156>.

⁸ Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Tiga* (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 183.

tempat usaha bergantung kepada penjualan apapun produknya entah barang ataupun jasa.⁹

Akasha Wira International Tbk (dahulu Ades Waters Indonesia Tbk) (ADES) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1986. Kegiatan utama Akasha International adalah bergerak dalam bidang usaha pengolahan dan distribusi air minum dalam kemasan serta perdagangan besar produk-produk kosmetika. Berikut ini gambaran penjualan PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022.

Tabel I.1
Data Penjualan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk
Periode 2012 s/d 2022
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan Bersih (Jutaan Rupiah)
2012	476.638
2013	502.524
2014	578.784
2015	669.725
2016	887.663
2017	814.490
2018	804.302
2019	834.330
2020	673.364
2021	935.075
2022	603.278

Sumber: <https://www.idnfinancials.com> (data diolah)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2013 penjualan meningkat sebesar 0,05 persen, tahun 2014 meningkat sebesar 0,15 persen, tahun 2015 bertahan sebesar 0,15 persen, tahun 2016 meningkat sebesar 0,32 persen, tahun 2017 menurun sebesar 0,08 persen, tahun 2018 menurun sebesar 0,01

⁹Anton Tan, *Psikologi Penjualan* (Jakarta: PT Elex Media Komputundo, 2011), hlm.17.

persen, tahun 2019 meningkat sebesar 0,03 persen, tahun 2020 meningkat sebesar 0,19 persen, tahun 2021 meningkat 0,38 persen.

Meningkatkan penjualan perusahaan harus memperhatikan faktor penting dalam manajemen pemasaran seperti produk, harga, promosi dan distribusi. Kebijakan perusahaan mengenai promosi dan produksi akan sangat menentukan seberapa besar volume penjualan yang dapat diperoleh perusahaan. Biaya merupakan poin terpenting dalam memasarkan produk karena akan tercermin keberhasilan dari pemenuhan kebutuhan dan tercapainya target penjualan. Oleh karena itu, semakin besar biaya yang dikeluarkan maka akan semakin besar juga jumlah penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi barang atau jasa tersebut. Selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.¹⁰ Volume penjualan mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi secara langsung mempengaruhi biaya. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi akan langsung mempengaruhi biaya.¹¹ Namun perlu diingat bahwa ketiga faktor tersebut (biaya, harga jual, volume produksi) saling berkaitan erat atau saling berkaitan, sehingga ketiga langkah tersebut tidak dapat dipisahkan.

Biaya merupakan penurunan dalam ekuitas emilik yang timbul dari hasil penyampaian jasa dan barang kepada pelanggan dari suatu kegiatan usaha.

Contoh beban gaji, beban listirik, beban telepon, beban sewa, transport, dan

¹⁰ Afifah Ramadhani, Abdul Nasser Hasibuan, dkk, *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN LABA PADA PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR Tbk (Tahun 2011-2021)* Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Vol. 01, Edisi 1, Juni 2022.

¹¹ S. Munawir, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2007), hlm. 184

beban lainnya.¹² Biaya yang timbul dari perolehan atau mengelola suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

Biaya produksi adalah biaya yang muncul akibat adanya fungsi produksi. Fungsi produksi adalah suatu kegiatan yang mengolah bahan baku untuk menjadi suatu barang jadi dan siap untuk dijual.¹³ Dengan adanya biaya produksi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan, semakin besar pula penjualan yang akan dicapai oleh perusahaan.¹⁴

Tingginya biaya produksi berdampak pada tingkat penjualan. Secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang harus dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh. Pengelolaan biaya produksi yang kurang baik mengakibatkan turunnya pendapatan yang diterima. Penggunaan bahan baku yang berkualitas baik akan menghasilkan produk yang baik pula, akan tetapi biaya bahan baku menjadi lebih mahal yang akan berpengaruh terhadap biaya penjualan. Berikut merupakan data biaya produksi dan penjualan PT Akasha Wira Internasional. Tbk periode 2012-2022:

¹² Abdul Nasser hasibuan, Ali Wardana, Windari, *Belajar Mudah Akuntansi* (Jakarta Timur: Prenadamedia Group), hlm.30

¹³ Indra Mahardika Putra, *Akuntansi Biaya: Pedoman Terlengkap Analisis dan Pengendalian Biaya Produksi*. (2021). (n.p.): Anak Hebat Indonesia.

¹⁴ Nila Rizki Batubara, *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan pada PT Indika Energy Tbk*. IAIN Padangsidempuan, Tahun 2019. hlm. 5.

Tabel I .2
Data Biaya Produksi dan Penjualan Pada
PT. Akasha Wira Internasional Tbk
Periode 2012 s/d 2022 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Biaya Produksi	Penjualan Bersih
2012	169.538	476.638
2013	227.623	502.524
2014	291.441	578.784
2015	339.870	669.725
2016	435..134	887.663
2017	353.705	814.490
2018	409.695	804.302
2019	404.965	834.330
2020	317.517	673.364
2021	185.998	935.075
2022	326.537	603.278

Sumber: <https://www.idnfinancials.com> (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari tahun ke tahun biaya produksi dan penjualan mengalami kenaikan dan penurunan. Dimana pada tahun 2013 biaya produksi meningkat sebesar 0,34 persen, 2014 biaya produksi menurun sebesar 0,28 , tahun 2015 biaya produksi menurun sebesar 1,83 persen, tahun 2016 biaya produksi meningkat sebesar 0,28 persen, tahun 2017 biaya produksi menurun sebesar 0,18 persen, tahun 2018 biaya produksi meningkat sebesar 0,15 persen, tahun 2019 biaya produksi menurun sebesar 0,01 tahun 2020 biaya produksi menurun sebanyak 0,21 persen, tahun 2021 biaya produksi meningkat sebesar 0,35 persen..

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat fenomena yang terjadi antara biaya produksi dan penjualan menurut Sadono Sukirno yang menyatakan bahwa produksi yang besar akan menimbulkan *Economics Of Scale* yang selanjutnya akan menurunkan biaya produksi per unit.¹⁵ Apabila keadaan ini terwujud, lebih banyak keuntungan yang diperoleh. Maksud dari pernyataan tersebut bahwasanya

¹⁵ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Prenada Media Group), hlm. 223.

bila perusahaan dapat menekankan biaya produksi seminimal mungkin, maka akan lebih banyak keuntungan yang diperoleh. Karena pada dasarnya setiap perusahaan itu didirikan agar dapat menghasilkan keuntungan.

Akan tetapi yang terjadi pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022 yaitu biaya produksi pada tahun 2014 menurun sebesar 0,28 persen tetapi penjualan meningkat sebesar 0,15 persen, tahun 2018 biaya produksi meningkat sebesar 0,15 persen tetapi penjualan menurun sebesar 0,01 persen, tahun 2019 biaya produksi menurun sebesar 0,01 persen tetapi penjualan meningkat sebesar 0,03 persen.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nila Rizki batubara yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk. Selain itu mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yohanes Casmedi, Dhea Novia Parhana menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya produksi terhadap volume penjualan.

Selain biaya produksi, biaya promosi juga berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Biaya promosi merupakan suatu pengorbanan kecil yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan promosi. Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya.¹⁶ Biaya yang akan dipakai dalam melakukan kegiatan promosi diantaranya iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi. Selain untuk meningkatkan penjualan, promosi

¹⁶ Abdul Nasser Hasibuan, “ KONSEP PEMASARAN ISLAM DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH DI KABUPATEN TAPANULI SELATAN”. IAIN Padangsidempuan, Volume 6 Nomor 2 Ed. Juli-Desember 2018.

juga digunakan untuk menempatkan suatu produk, meningkatkan suatu nilai, dan mengendalikan penjualan.¹⁷ Promosi merupakan salah satu komponen prioritas dari kegiatan, yang memberitahukan kepada konsumen bahwa suatu perusahaan meluncurkan produk baru yang membuat konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Semakin ditingkatkannya promosi yang dilakukan maka semakin besar biaya promosi, semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan maka penjualan akan naik.¹⁸ Berikut ini merupakan data biaya promosi dan penjualan pada PT Akasha Wira Internasional. Tbk periode 2012-2022:

Tabel I. 3
Data Biaya Promosi dan Penjualan Pada
PT. Akasha Wira Internasional Tbk
Periode 2012 s/d 2022 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Biaya Promosi	Penjualan Bersih
2012	51.617	476.638
2013	12.474	502.524
2014	25.974	578.784
2015	25.148	669.725
2016	38.368	887.663
2017	29.595	814.490
2018	23.881	804.302
2019	25.037	834.330
2020	19.588	673.364
2021	28.753	935.075
2022	19.788	603.278

Sumber: <https://www.idnfinancials.com> (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa data tahun ke tahun biaya promosi kenaikan dan penurunan. Dimana pada tahun 2013 biaya promosi mengalami penurunan 0,75 persen, tahun 2014 biaya promosi meningkat 1,08 persen, tahun 2015 biaya promosi menurun sebesar 0,03 persen, tahun 2016 biaya promosi mengalami kenaikan sebesar 0,52, tahun 2017 biaya promosi menurun sebesar

¹⁷Sunardi dan Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi Dan Kasus*, (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2015), hlm. 175.

¹⁸Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 588.

0,22 persen, tahun 2018 biaya promosi mengalami penurunan sebesar 0,19, tahun 2019 biaya promosi meningkat sebesar 0,04 persen , tahun 2020 biaya promosi menurun sebesar 0,21 persen , dan tahun 2021 biaya promosi meningkat sebesar 0,96 persen.

Berdasarkan tabel diatas fonomena yang terjadi pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022. Data tersebut tidak sesuai dengan teori-teori yang menyatakan semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan maka penjualan akan meningkat. Tetapi fenomena yang terjadi pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2020 berbanding terbalik dengan teori , yaitu pada tahun 2015 biaya promosi menurun sebesar 0,75 persen, kemudian pada tahun 2015 biaya promosi menurun sebesar 0,03 tetapi penjualan meningkat sebesar 0,15 persen.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zildan Nur Islam Setiawan yang menyatakan bahwa biaya promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama. Selain itu mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wirda Sopiani Harahap yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa menentukan sistem dan strategi yang tepat dalam menyampaikan pesan kepada konsumen untuk meningkatkan penjualan sangatlah dibutuhkan. Sudah pasti bahwa suatu perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualannya agar mendapatkan laba yang lebih besar, dapat dilihat bahwa promosi sangatlah berperan dalam upaya perusahaan untuk mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan penjualan.

Pada dasarnya pengelolaan biaya distribusi dan biaya promosi yang baik pada suatu perusahaan dapat mempengaruhi peningkatan penjualan, karena biaya-biaya tersebut akan berpengaruh secara langsung terhadap penjualan, sehingga dengan meningkatnya penjualan maka tujuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba yang lebih besar akan tercapai. Berdasarkan fenomena yang telah dibahas pada latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk Periode 2012-2022”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Biaya produksi mengalami penurunan tetapi penjualan mengalami peningkatan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk tahun 2014.
2. Biaya produksi mengalami peningkatan tetapi penjualan mengalami penurunan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk tahun 2018 .
3. Biaya produksi mengalami penurunan tetapi penjualan mengalami peningkatan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk tahun 2019.
4. Biaya promosi mengalami penurunan tetapi penjualan mengalami peningkatan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk tahun 2013 mengalami peningkatan pada tahun 2013.
5. Biaya promosi mengalami penurunan tetapi penjualan mengalami peningkatan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk tahun 2015.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan suatu hal yang sangat penting untuk ditentukan terlebih dahulu sebelum sampai pada tahap pembahasan selanjutnya

yang bertujuan untuk membuat peneliti lebih fokus. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi masalah pada dua variabel bebas yaitu biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) sedangkan variabel terikatnya adalah penjualan (Y) pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012- 2022.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022?
2. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022?
3. Apakah terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022?

E. Definisi Operasional Variabel

Tabel I.4
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Penjualan (Y)	Penjualan adalah sebuah usaha untuk menyampaikan atau memindahkan suatu produk dari suatu pihak ke pihak lainnya dengan alat pembayaran yang sah. Semakin tinggi jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula kemungkinan laba yang akan diperoleh perusahaan.	1. Harga pokok penjualan 2. Potongan penjualan 3. Retur penjualan	Rasio

Biaya produksi (X_1)	Biaya produksi adalah semua biaya yang berkaitan dengan produk (barang) yang diperoleh, dimana didalamnya terdapat unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.	1. Biaya bahan baku 2. Biaya tenaga kerja langsung 3. Biaya overhead pabrik.	Rasio
Biaya promosi (X_2)	Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran produknya, terutama dalam hal promosi. Biaya promosi	1. Biaya iklan 2. Biaya promosi penjualan	Rasio

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu akuntansi khususnya mengenai biaya produksi dan biaya promosi.

2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat bermanfaat bagi pihak kampus UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah ilmu pengetahuan serta bahan acuan bagi peneliti yang lain dalam menghadapi permasalahan yang sama.

Pada penelitian ini terdapat lima bab sistematika pembahasan penelitian yang bertujuan agar penulisan penelitian dapat tersusun secara sistematis dan mudah dipahami oleh pembaca. Untuk bab yang ada terdiri dari beberapa rincian sub yaitu:

H. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, yaitu sub yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Pada sub pendahuluan ini secara umum membahas mengenai latar belakang dari masalah yang ada pada penelitian. Masalah yang ada akan diidentifikasi secara rinci dalam latar belakang dan kemudian menentukan batasan masalah dalam pembahasan yakni mengenai definisi, indikator serta skala yang memiliki kaitan dengan variabel yang digunakan. Dengan adanya identifikasi serta batasan masalah dalam penelitian, maka terdapat rumusan masalah yang dirangkum yang memiliki tujuan agar

peneliti dapat digunakan bagi peneliti, perguruan tinggi serta lembaga lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Bab II Landasan Teori, yaitu sub yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir serta hipotesis. Seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori ini mengenai penjelasan dari variabel yang digunakan peneliti dan kemudian secara teori dijelaskan dalam kerangka pikir. Teori yang ada akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya.

Variabel dalam penelitian akan digambarkan dalam kerangka pikir dan akan dilanjutkan dengan adanya hipotesis yaitu jawaban sementara atas masalah yang ada dalam penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian, yaitu sub yang terdiri dari waktu penelitian dan lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data dan analisis data. Pada sub ini membahas mengenai waktu yang dilakukan oleh peneliti, lokasi penelitian dan jenis penelitian yang digunakan. Kemudian pada sub bagian ini membahas mengenai populasi atau yang berkaitan dengan seluruh orang, peristiwa, atau benda yang menjadi sampel atau pusat perhatian peneliti dalam meneliti. Setelah semua data terkumpul maka data yang didapatkan di analisis oleh peneliti menggunakan uji yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, yaitu sub yang terdiri dari beberapa deskripsi dari hasil penelitian yang sudah di analisis serta terdapat pembahasan dari penelitian. Seluruh sub bahasan yang terdapat pada hasil penelitian ini membahas secara rinci mengenai deskripsi data yang diteliti menggunakan teknik analisis data yang sudah tercantum dalam bab III.

Bab V Penutup, yaitu sub bagian yang berisi mengenai kesimpulan serta saran. Pada sub bagian penutup yang ada dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti berdasarkan analisis data. Pada sub ini adalah langkah terakhir dalam penelitian dan membuat saran yang dapat membangun dari berbagai pihak.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan pembeli (konsumen).¹ Pengertian penjualan menurut Henry Simamora menyatakan bahwa penjualan adalah lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.² Penjualan menurut Chairul Marom penjualan artinya Penjualan barang dengan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasa dilakukan secara teratur.³

Penjualan Menurut Winardi mengatakan bahwa Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran dan kepentingan.⁴ Penjualan menurut Preston dan Nelson dalam Winardi Penjualan berarti berkumpulnya seorang pembeli dan seorang penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang-barang dan jasa-jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga seperti misalnya pertimbangan uang.⁵

¹ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 166.

² Henry Simamora, *Op. Cit.*, hlm. 24.

³ Chairul Marom, *Op. Cit.*, hlm. 28.

⁴ Winardi, *Ilmu Dan Seni Menjual*, (Bandung : Nova, 1998), hlm. 30.

⁵ *Ibid*, hlm. 29.

Penjualan Menurut Nitisemito, adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif.⁶ Penjualan menurut Basu Swastha adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan.⁷ Penjualan menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran.⁸

Berdasarkan pengertian penjualan menurut ahli dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa penjualan juga merupakan sejumlah omset baik berupa barang atau jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu yang dapat dijual dalam bentuk unit maupun rupiah.

Tingkat besar kecilnya suatu penjualan penting bagi perusahaan, dikarenakan dalam penjualan tersebut dapat menganalisa besar kecilnya data awal perusahaan.⁹ Unsur utama dalam *income statement* yaitu penjualan (sales), yang berarti perusahaan mendapatkan penghasilan berdasarkan transaksi bisnis utama. Dengan demikian dapat dicontohkan kepada perusahaan manufaktur tekstil yaitu perusahaan yang termasuk pada penjualan

⁶ Basu swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : BPEE, 2001), hlm.1.

⁷ Alex Nitisemito, *Manajemen Personalia*,(Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm 13.

⁸ Abdullah,Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 3.

⁹ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 305.

kain dan apabila terdapat penjualan berupa mesin maka tidak dikatakan sebagai penjualan, namun dikatakan sebagai pendapatan lain-lain.¹⁰

Penjualan adalah sejumlah beban yang dibebankan kepada para konsumen berdasarkan barang yang telah dijual oleh perusahaan, transaksi penjualan dapat berupa tunai ataupun kredit sesuai dengan kesepakatan antara konsumen dan perusahaan. Suatu perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan omzet yang ada agar mendapatkan laba yang semaksimal mungkin dan memperoleh rugi yang seminimal mungkin. Secara logika dapat dilihat jika penjualan meningkat maka pendapatan yang diperoleh juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya jika penjualan menurun maka pendapatan akan ikut menurun pula.¹¹

Tujuan akhir dari suatu perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa yaitu menjual barang dan jasa tersebut kepada masyarakat. Dengan demikian penjualan memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan untuk dapat menghasilkan laba dan produk yang telah dihasilkan perusahaan dapat terjual dan memberikan sumber pendapatan yang dapat menutupi biaya ongkos serta mendapatkan laba. Apabila perusahaan telah menjual barang dagangan maka perusahaan memperoleh pendapatan.

¹⁰ Jopie Jusuf, *Analisis Kredit Untuk Credit (Account) Officer* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2014), hlm. 32.

¹¹ Heri, *Rahasia Cermat & Mahir Menganalisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Gramedia, 2012), hlm. 210.

Pendapatan suatu perusahaan diambil berdasarkan jumlah yang telah dibebankan kepada para konsumen dalam barang atau jasa suatu dagangan. Dalam konteks penjualan jasa seperti dagangan yang digunakan dalam hal pencatatan penjualan barang dagangan juga disebut sebagai penjualan.¹²

b. Pandangan Islam Terhadap Penjualan

Penjualan merupakan sejumlah total yang dibebankan kepada para konsumen berdasarkan barang dagangan yang akan dijual oleh perusahaan, baik berupa transaksi tunai maupun angsuran.¹³ Penjualan merupakan proses jual beli yang memiliki tujuan yaitu memperoleh laba. Dalam dunia perdagangan, penjualan merupakan suatu transaksi yang paling terpenting bahkan menjadi bagian yang paling utama dalam menjalankan aktivitas berusaha. Dalam konsensus syariat Islam, tanpa adanya proses jual beli maka kehidupan manusia tidak dapat berdiri tegak.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat an-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu.

¹² Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Kelima* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 160.

¹³ Abdullah al-Mushlih dan Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam* (Jakarta: Darul Haq, 2004), hlm. 89-90.

Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁴

Ayat ini merujuk pada perniagaan atau transaksi-transaksi dalam *muamalah* yang dilakukan secara *bathil*. Ayat ini mengindikasikan bahwa Allah SWT melarang kaum muslimin untuk memakan harta orang lain secara *bathil*. Secara bathil dalam konteks ini mempunyai arti yang sangat luas, diantaranya melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara", seperti halnya melakukan transaksi berbasis riba (bunga), transaksi yang bersifat spekulatif (*maisir*, judi), ataupun transaksi yang mengandung unsur gharar (adanya *uncertainty*, resiko dalam transaksi) serata hal-hal lain yang bias dipersamakan dengan itu.¹⁵

Dari penjelasan ayat ini kita ketahui bahwa melakukan perniagaan atau jual beli, harus berlaku suka sama suka antara penjual dan pembeli. Dalam melakukan perniagaan atau jual beli tidak ada paksaan antara keduanya. Agar tidak terjadi kezhaliman yang dapat merugikan orang lain.

Adapun rukun jual beli ada 3 yaitu :

- 1) Pelaku transaksi yaitu penjual dan pembeli
- 2) Objek transaksi yaitu barang dan harga

¹⁴ Depertemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahan.

¹⁵ Dimayyudin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Mu'amalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 71.

3) Akad (transaksi), tindakan yang dilakukan kedua pihak pembeli dan penjual dalam bentuk kata-kata dan perbuatan.¹⁶

Pada konteks fikih Islam terdapat macam-macam jual beli, jual beli berdasarkan sisi objek dibagi menjadi tiga macam, yaitu:¹⁷

- 1) Jual beli *mutlaqah*. Adalah jual beli berdasarkan pertukaran baik berupa barang maupun jasa dengan uang.
- 2) Jual beli *sharf*, adalah jual beli berdasarkan pertukaran mata uang satu dengan mata uang lainnya.
- 3) Jual beli *muqayyada*, adalah jual beli berdasarkan pertukaran berupa barang dengan barang yang sering dikenal sebagai barter, dan pertukaran ini haruslah memiliki nilai berdasarkan valuta asing (*counter trade*).

Berdasarkan standarisasi harga jual beli¹⁸

- 1) Jual beli bargainal
- 2) tawar menawar
- 3) Jual beli amanah yakni jual beli dimana penjual memberitahukan modal barang yang dijualnya, dapat terdiri menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu;

¹⁶ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana PrenadamediaGroup, 2013), hlm. 101

¹⁷ Ahamad Muqorobin dan Muharrrik Fitragara Fachreza, *MODEL JUAL BELI ANGSURAN DI PERBANKAN SYARIAH..Universitas Darussalam Gontor*. Tahun.2018. hlm. 386.

¹⁸ Abdul Nasser Hasibuan, "RELEVANSI PEDOMAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN (PSAK) NO. 30 DENGAN HUKUM ISLAM", IAIN Padangsidimpuan vol. 20, No. 2. 2021,.

- a. Jual beli murabahah, modal dan laba yang diketahui.
- b. Jual beli wadhi'ah, yakni harga di bawah modal dan rugi diketahui.
- c. Jual beli tauliyah yakni menjual dengan harga modal.

Jual beli berdasarkan proses pembayaran dibagi menjadi empat macam, yaitu:¹⁹

- 1) Jual beli tunai, merupakan jual beli dengan menyerahkan barang dan membayar secara langsung.
- 2) Jual beli pembayaran ditunda, bai muajjal, merupakan jual beli dengan menyerahkan barang secara langsung namun pembayarannya dapat dilakukan berdasarkan cicilan.
- 3) Jual beli penyerahan barang ditunda (*deffered delivery*).
- 4) Jual beli berdasarkan barang yang diserahkan tertunda dan pembayaran barang juga tertunda.²⁰

c. Tujuan Penjualan

Perusahaan pada umumnya memiliki tiga tujuan utama dalam penjualan, yaitu:

- 1) Mencapai tingkat volume penjualan tertentu
- 2) Memperoleh keuntungan tertentu
- 3) Mendorong perkembangan perusahaan.²¹

Mencapai tujuan utama diatas tidaklah sepenuhnya dilakukan oleh usaha usaha penjual saja, namun perlu adanya kerjasama dari

¹⁹ Ahamad Muqorobin dan Muharrik Fitragara Fachreza, *MODEL JUAL BELI ANGSURAN DI PERBANKAN SYARIAH..Universitas DarussalaGontor*. Tahun. 2018. hlm. 387.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 78.

²¹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), hlm. 404-405.

beberapa pihak seperti pihak fungsionaris yaitu bagian produksi yang membuat produk, pihak keuangan yang memberikan dana, pihak personalia yang memberikan tenaga, pihak promosi untuk periklanan, dan pihak distributor yang menyalurkan barang.

d. Faktor-faktor yang Memengaruhi Penjualan

Basu Swastha mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan, yaitu:²²

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Proses transaksi jual beli atau dapat dikatakan proses berpindahnya hak milik suatu barang secara komersial pada umumnya melibatkan dua pihak yaitu pihak pertama adalah penjual dan pihak kedua adalah pembeli. Pihak penjual harus dapat menyakinkan pembeli untuk mendapatkan sasaran yang diinginkan pihak penjual. Untuk mendapatkan sasaran maka pihak penjual haruslah mengetahui beberapa hal yang yaitu; jenis serta karakteristik yang ditawarkan, harga suatu produk, serta syarat penjualan misalnya pembayarahan, pengantaran, garansi, dan lainnya.

2) Kondisi pasar

Pasar merupakan bagian dari kelompok pembeli ataupun menjadi pihak sasaran dalam proses penjualan. Pasar juga dapat mempengaruhi aktivitas penjualan. Terdapat beberapa faktor kondisi pasar yang harus diperhatikan yaitu; kelompok pihak

²² Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga* (Yogyakarta: BPFE, 2017), hlm. 129-131.

pembeli atau segmen pasarnya, daya beli, serta keinginan dan kebutuhan.

3) Modal

Dalam proses penjualan diperlukan pengenalan barang kepada pembeli, dengan demikian diperlukan sarana dan usaha seperti alat transportasi, tempat peragaan baik berada di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha periklanan dan lain sebagainya. semua dapat dilakukan oleh pihak penjual apabila memiliki modal yang cukup agar terlaksananya maksud tersebut.

4) Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi penjualan misalnya promosi, peragaan, kampanye, serta bonus ataupun hadiah.

2. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Biaya merupakan biaya yang dipakai secara bersama-sama untuk keseluruhan produk yang di hasilakan atau dijual oleh perusahaan.²³ Menurut Soemarso S.R, biaya produksi adalah biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama suatu periode.²⁴ Menurut Hansen dan Mowen, biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa.²⁵ Menurut Mulyadi, biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi

²³ Abdul Nasser Hasibuan, Rahmad Annam, *Akuntansi Manajemen: Teori dan Praktek* (Medan Sunggal:Merdeka Kreasi Group), hlm.13.

²⁴ Soemarso S.R, *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2009), hlm.271.

²⁵ Hansen dan mowen, *Manajemen Accounting*, edisi 7(Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 50.

produk jadi.²⁶ Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa yang disebut biaya produksi adalah total biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan mentah menjadi produk yang siap dijual.

b. Jenis-jenis Biaya Produksi

Jenis biaya produksi pada umumnya dalam pencatatan akuntansi terbagi menjadi 3 jenis yaitu biaya bahan baku yang sering disebut (*direct material*), biaya tenaga kerja (*direct labour*), dan biaya overhead pabrik biaya yang dikeluarkan untuk menunjang proses produksi.

1) Biaya bahan baku

Sering disebut sebagai *direct material* biaya produksi, biaya bahan baku adalah nominal yang harus dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh bahan baku dan mengolahnya hingga menjadi barang jadi.

2) Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung atau biasa disebut *direct labour* merupakan dana yang harus dikeluarkan perusahaan sebagai upah para pekerjanya. *Direct labour* dalam lingkup biaya produksi hanya menghitung para pekerja yang berkaitan langsung dengan proses produksi.

²⁶ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*. edisi 5 (Yogyakarta: STIM YKPN, 2012), hlm. 8.

3) Biaya *overhead* pabrik

Biaya ini dikeluarkan untuk menunjang proses produksi. Walaupun tidak berkaitan langsung dengan proses produksi, biaya overhead membantu proses produksi berjalan dengan lancar. Contoh biaya overhead, antara lain ATK, biaya tenaga keamanan, biaya sewa, biaya listrik, dan masih banyak lagi.

c. Prinsip Biaya Produksi dalam Islam

Prinsip dasar ekonomi Islam adalah keyakinan kepada Allah SWT. Sebagai Rabb dari alam semesta.²⁷ Ikrar akan keyakinan itu menjadi pembuka kitab suci umat Islam dalam Q.S.Al-Jaatsiyah:13 yang berbunyi :

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ ۗ إِنَّ
فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya : Supaya kamu beristirahat pada malam itu dan supaya kamu mencari sebahagian dari karunia-Nya (pada siang hari) dan agar kamu bersyukur kepada-Nya.

Rabb yang seringkali diterjemahkan “tuhan” dalam bahasa Indonesia, memiliki makna yang sangat luas, mencakup antara lain pemeliharaan (al-murabbi), penolong (al-nashir), pemilik (al-malik), tuan (al-sayyid), dan wali (al-wali). Konsep ini bermakna bahwa ekonomi Islam terdiri di atas kepercayaan bahwa Allah adalah satu-satunya pencipta, pemilik, dan pengendalian alam raya yang takdirnya menghidupkan dan memastikan serta pengendalian alam dengan ketepatannya.

²⁷ Mustafa Edwin dkk, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2010), hlm. 104.

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. M.N Siddiqi dalam buku Rozalinda berpendapat bahwa produksi merupakan penyediaan barang atau jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kemaslahatan bagi masyarakat. Produksi mempunyai peranan penting dalam menentukan taraf hidup manusia dan kemakmuran suatu bangsa. Al-Quran telah meletakkan landasan yang sangat kuat terhadap produksi.²⁸

d. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan

Biaya produksi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan, semakin besar pula penjualan yang akan dicapai oleh perusahaan. Berdasarkan hal tersebut biaya produksi sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Tingginya biaya produksi yang berdampak pada tingkat penjualan secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan biaya produksi yang harus dikeluarkan, ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh.

3. Biaya Promosi

a. Pengertian Biaya Promosi

Biaya promosi adalah Biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan

²⁸ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Pt. Raja Grafindo, 2014), hlm. 111.

konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen.²⁹

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.. Tanpa promosi keberadaan produk kurang mendapat perhatian dari konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut.³⁰

Biaya promosi dapat didefinisikan sebagai biaya yang meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi atau kegiatan untuk menjual produk perusahaan baik berupa barang maupun jasa. Jenis-jenis biaya promosi seperti biaya iklan, biaya penjualan perseorangan, biaya publisitas, dan biaya promosi penjualan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang menjadi beban perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosinya. Dari penjelasan di atas dapat dilihat bahwa biaya merupakan suatu pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan oleh perusahaan yang menghasilkan dan jasa, yang dimana biaya tersebut dinyatakan dalam bentuk uang. Dengan demikian, biaya promosi adalah biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi

²⁹ Freddy Rangkuty, *strategi promosi yang kreatif* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 205.

³⁰ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV.Yrama Widya, 2011), hlm. 221.

seluruh biaya yang di peroleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan orang konsumen.

b. Bentuk-Bentuk Promosi

Ada beberapa bentuk-bentuk promosi, yaitu:³¹

- 1) Periklanan (*Advertising*) Periklanan merupakan suatu bentuk komunikasi yang digunakan oleh perusahaan dagang atau jasa dalam menciptakan pengetahuan terhadap keberadaan dan informasi tentang barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 2) Penjualan Pribadi (*Personal selling*) Penjualan pribadi adalah penjualan secara terbuka yang dilakukan oleh penjual. Bagi sebagian perusahaan penjualan pribadi inidilakukan oleh petugas customer cervis atau costumer asistance. Penjualan pribadi inimenjadi alat yang paling ampuh pada proses pembelian lebih lanjut, terutama dalam membentuk preferensi dan tindakan konsumen.
- 3) Publisitas (*Publicity*) Publisitas merupakan suatu kegiatan promosi yang dilakukan untuk menghasut konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial dan kegiatan lainnya. Publisitas merupakan suatu teknik penting pemasaran dimana perusahaan tidak hanya berhubungan dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan masyarakat.

³¹ Alma, hlm. 204-205.

- 4) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Promosi penjualan merupakan kegiatan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhir. Tujuan promosi penjualan ini yaitu memacu pembelian yang lebih besar, menciptakan produk di sela-sela orang yang bukan merupakan pemakai, dan menarik orang berganti merek jual dari para pesaing.
- 5) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) Pemasaran langsung merupakan pemasaran yang secara langsung tanpa perantara, yang menggunakan satu atau beberapa media transaksi diberbagai lokasi.

c. Tujuan dan Strategi Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian (*attention*), menciptakan dan menumbuhkan keinginan (*desire*), serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sejumlah strategi promosi mencoba membangun permintaan primer. Sedangkan sebagian besar strategi promosi berupaya merangsang permintaan selektif yaitu keinginan untuk mendapatkan suatu merek tertentu.

Fungsi strategi promosi adalah untuk menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang. Pengembangan strategi promosi yang efektif sangat tergantung pada seberapa baik perusahaan melakukan tahap-tahap

awal dalam proses manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan pemasaran, perilaku pembeli, segmentasi pasar, analisa persaingan, penetapan pasar sasaran dan penentuan sisi produk. Strategi promosi yang dijalankan harus memberikan kontribusi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan pada konsumen serta memuaskan barang mulai jangka pendek hingga jangka panjang dengan proses promosi.³²

d. Promosi dalam Islam

Menurut Hermawan Kartajaya Marketing Syariah adalah “Integritas dan Transparansi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonnya”.³³

Promosi yang baik dari pengertian diatas adalah harus jujur dalam mengenalkan suatu produk kepada pelanggan sehingga tidak ada unsur penipuan di dalamnya. 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 apapun daripadanya sehingga konsumen tidak merasa ditipu dan transaksi gharar (penipuan) tidak terjadi.

³² Larecche, *Manajemen*, hlm. 65-66.

³³ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm. 27.

Ada sembilan etika pemasaran yang menjadi prinsip-prinsip bagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran yaitu:

- 1) Memiliki kepribadian spiritual (takwa).
- 2) Berperilaku baik dan simpatik (shidq). Al-qur'an mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik.
- 3) Berlaku adil dalam bisnis (al-adl), Allah menyuruh hambanya agar berbisnis secara adil. Berbisnis secara adil hukumnya wajib tidak hanya himbauan dari Allah SWT.

Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah), sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pedagang. Tanpa sikap melayani yang melekat dalam kepribadiannya, seseorang tidak dapat dikatakan berjiwa pedagang. Allah SWT berfirman dalam Q.S Ali Imran ayat 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
الْقَلْبِ لَآنْفَضُوكَ مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَتَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan

diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka³⁴

ayat diatas yang menjelaskan tentang melayani dengan sikap rendah hati adalah kata *linta lahum wa lau kunta fazhzhangalizhal qalbi lanfadhdhu min haulik*. Kata ini dapat menjadi salah satu bukti bahwa Allah SWT mendidik dan membentuk kepribadian nabi Muhammad SAW.

Menjadi pribadi yang lemah lembut dan sekiranya beliau bersikap keras lagi berhati kasar maka umatnya akan menjauhkan diri. Hal ini mengidentifikasi bahwa manusia sudah selayaknya sudah memiliki sifat lemah lembut dan tidak keras lagi berhati kasar sehingga orang lain tidak menjauh. Dalam kegiatan promosi sikap lemah lembut dengan tidak keras lagi berhati kasar sangat penting dilakukan untuk menarik perhatian nasabah dengan tujuan akhir nasabah akan membeli produk kita, sekiranya kita bersikap keras lagi berhati kasar maka nasabah akan menjauhkan diri. Dalam ayat ini Allah SWT mengajarkan agar hambanya rendah hati dan bertutur kata yang manis, seorang marketer syariah harus berperilaku baik dan bersikap lemah lembut karena dengan kebaikan dan sikap lemah lembut yang dimiliki, maka nasabah akan merasa senang dan akan tertarik dengan produk yang kita tawarkan.

³⁴ Departemen Agama RI, *Op. Cit*, hlm. 112.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	SRI ULAN SARI (2021) ³⁵	Pengaruh Biaya Distribusi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan pada PT. TRI BAYAN TIRTA TBK PERIODE 2012-2019 (Skripsi) IAIN Padangsidempuan	Hasil analisis biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan, biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan, biaya distribusi dan biaya promosi berpengaruh pada penjualan.
2.	WIRDA SOPIANI HARAHAP(2021) ³⁶	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk (Skripsi) IAIN Padangsidempuan	Hasil analisis tidak terdapat pengaruh antara biaya promosi terhadap volume penjualan, Terdapat pengaruh antara biaya distribusi terhadap volume penjualan, terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan.
3.	ZILDAN NUR ISLAM SETIAWAN(2021) ³⁷	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan(Skripsi) UNIVERSITAS SILIWANGI TASIKMALAYA.	Menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama mengalami peningkatan dan penurunan yang berfluktuasi setiap tahunnya, biaya produksi secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap volume penjualan dan biaya promosi

³⁵ Sri U. 2021. *Pengaruh Biaya Distribusi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan pada PT. TRI BAYAN TIRTA TBK PERIODE 2012-2019*. Skripsi. Tidak Diterbitkan . Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

³⁶ Wirda H. 2021. *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk (Skripsi) IAIN Padangsidempuan* .Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

³⁷ Zildan N. 2021. *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan*. Universitas Siliwangi Tasikmalaya, Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Univeritas Siliwangi.

			secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, kemudian biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama.
4.	RIANI TANJUNG SE.,M.Ak.,AZRA VELDA WIJAYANTI(2021) ³⁸	Pengaruh Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. ARWANA CITRAMULIA TBK.TAHUN 2012-2019 (Jurnal) Politeknik Pos Indonesia	Biaya Produksi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan pada PT. Arwana Citramulia. Biaya Promosi tidak Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan pada PT.Arwana Citramulia. Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis uji F secara Simultan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan Pada PT.Arwana Citramulia.
5.	Yohanes Casmedi, Dhea Novia Parhana(2020) ³⁹	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Komoditi Teh pada PT. Perkebunan Nusantara VIII Periode 2015-2017 (jurnal) Politeknik Pos Indonesia	Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya produksi terhadap volume penjualan.

³⁸ Riani T . “Pengaruh Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.ARWANACITRAMULIATBK.TAHUN 2012-2019”. 14 (2021).

³⁹ Yohanes C, “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Komoditi Teh pada PT. Perkebunan Nusantara VIII Periode 2015-2017”. 13. (2020).

6.	LISMAYA ARIFIN(2019) ⁴⁰	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Usaha Kecil Karya Mega Rezky di Topoyo, Kabupaten Mamuju Tengah (Skripsi) UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR MAKASSAR	Hasil analisis biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada Usaha Kecil Karya Mega Rezky di Topoyo, Kabupaten Mamuju Tengah, biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada Usaha Kecil Karya Mega Rezky di Topoyo, Kabupaten Mamuju Tengah.
7.	NILA RIZKI BATUBARA(2019) ⁴¹	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan pada PT Indika Energy Tbk.(Skripsi) IAIN Padangsidempuan	Hasil analisis biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan.
8.	HAMZAH NUR ANWAR HARAHAHAP (2015) ⁴²	Pengaruh Biaya promosi terhadap volume penjualan produk gagal gadai di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok (Skripsi) IAIN Padangsidempuan	Hasil analisis menyatakan bahwa: Biaya promosi memiliki pengaruh yang kuat terhadap volume penjualan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

⁴⁰ Lismaya A, 2019 ,” Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Usaha Kecil Karya Mega Rezky di Topoyo, Kabupaten Mamuju Tengah”, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Muhamadiyah Makasar.

⁴¹ Nila R, 2019, “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan pada PT Indika Energy Tbk.”, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , IAIN Padangsidempuan.

⁴² Hamzah N, 2015, “Pengaruh Biaya promosi terhadap volume penjualan produk gagal gadai di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok”, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidempuan.

9.	Yulia Desmita, Suarman, Ngadlan (2015) ⁴³	Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan PT. RIANDA GANDA MANDIRI di PEKANBARU (jurnal) UNIVERSITAS RIAU	Adapun hubungan positif dan signifikan antara biaya promosi penjualan dengan volume penjualan PT. PT. RIANDA GANDA MANDIRI di PEKANBARU
10.	IKA PUTRI OCTAVIYANTI (2013) ⁴⁴	Pengaruh biaya promosi biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Media Pressindo (Skripsi) UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA	Hasil analisis menyatakan bahwa: Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan, biaya distribusi berpengaruh secara positif terhadap penjualan, dan biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

- a. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sri Ulan Sari dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh biaya promosi terhadap penjualan. Perbedaannya terdapat pada penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh biaya distribusi dan biaya promosi terhadap penjualan, sedangkan pada penelitian ini membahas Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan.
- b. Persamaan penelitian yang dilakukan Wirda Sopiani Harahap sama-sama meneliti tentang Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan. Perbedaannya pada penelitian terdahulu membahas tentang Pengaruh Biaya

⁴³ Yulia D, "Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan PT. RIANDA Ganda Mandiri Di Pekanbaru.(2015).

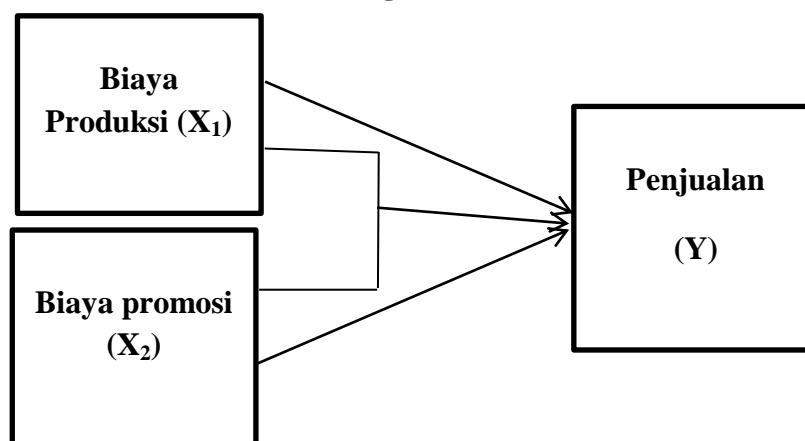
⁴⁴ Ika P, 2013, "Pengaruh biaya promosi biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Media Pressindo", Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Promosi Terhadap Volume Penjualan dan Biaya Distribusi, sedangkan penelitian ini membahas Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan.

- c. Persamaan penelitian yang dilakukan Zildan Nur Islam Setiawan sama-sama meneliti tentang Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan. Perbedaannya tempat penelitian terdahulu yaitu pada CV. Gabucci Barokah Utama sedangkan penelitian ini pada PT.Aksha Wira Internasional Tbk.
- d. Persamaan penelitian yang dilakukan Riani Tanjung dan Azra Velda Wijayanti sama-sama meneliti tentang Pengaruh Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan. Perbedaannya tempat penelitian terdahulu pada PT. Arwana Citra Mulia Tbk. sedangkan penelitian ini pada PT.Aksha Wira Internasional Tbk.
- e. Persamaan penelitian yang dilakukan Yohanes Casmedi, Dhea Novia Parhana sama-sama meneliti tentang Pengaruh Biaya Produksi. Perbedaannya pada penelitian terdahulu membahas Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan dengan penelitian ini, sedangkan penelitian ini membahas Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan.
- f. Persamaan penelitian yang dilakukan Nila Rizki Batubara sama-sama meneliti tentang Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan. Perbedaannya pada penelitian terdahulu membahas tentang Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan, sedangkan penelitian ini membahas Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan.

- g. Persamaan penelitian yang dilakukan Lismaya Arifin sama-sama meneliti tentang Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan. Perbedaannya pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah lokasi dan waktu penelitian berbeda.
- h. Persamaan penelitian yang dilakukan Hamzah Nur Anwar Harahap sama-sama meneliti tentang Pengaruh Biaya promosi terhadap volume penjualan. Perbedaannya pada penelitian terdahulu membahas tentang produk gagal gadai, sedangkan penelitian ini membahas Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan.
- i. Persamaan penelitian yang dilakukan Yulia Desmita, Suarman, Ngadlan sama-sama meneliti tentang sama-sama meneliti tentang Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan. Perbedaannya tempat penelitian terdahulu pada PT. Rianda Ganda Mandiri sedangkan penelitian ini pada PT. Aksha Wira Internasional Tbk.
- j. Persamaan penelitian yang dilakukan Ika Putri Octaviyanti sama-sama meneliti tentang Pengaruh biaya promosi. Perbedaannya terdapat pada penelitian terdahulu membahas tentang biaya distribusi terhadap volume

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



Berdasarkan gambar 1 diatas, apa yang telah diuraikan sebelumnya maka akan diuji bagaimana biaya produksi (X_1) dan biaya promosi (X_2) sebagai variabel bebas berpengaruh pada penjualan (Y) sebagai variabel terikat pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk.

C. Hipotesis

Hipotesis adalah statement yang diterima tentang suatu fenomena yang terjadi atau fenomena yang akan terjadi. Dengan kata lain hipotesis ialah jawaban yang disusun oleh penelitian yang setelah itu hendak di uji kebenarannya, melalui penelitian yang dicoba. Hipotesis ini diperoleh dari pengumpulan data yang diperoleh.

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

H_{a1} = Terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

H_{a2} = Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

H_{03} = Tidak Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

H_{a3} = Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Kantor pusat Akasha Wira International Tbk berlokasi di Perkantoran Hijau Arkadia Tower C, Lantai 15, Jl. Letjend. T.B. Simatupang Kav. 88, Jakarta 12520 – Indonesia. Data pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk tahun 2012-2022 yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia berupa laporan keuangan yang telah diambil dari situs www.idnfinancials.com. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2022.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dengan penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan angka dalam penyajian datanya dan dianalisis dengan metode statistik.¹ Penelitian kuantitatif adalah suatu proses memperoleh pengetahuan atau gambaran tentang suatu variabel yang berupa angka-angka. Pada prinsipnya, baik penelitian kuantitatif maupun penelitian deskriptif dapat dilakukan.² Penelitian ini disebut kuantitatif karena data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Meskipun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data guna menguji atau menanggapi keadaan terkini dari suatu objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan tipe data sekunder (*secondary data*). Sedangkan data sekunder adalah sumber yang tidak membuat pengumpul

¹ Beni Ahmadi Saebani dan Yana Sutisna, *Metode Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2018), hlm. 149.

² Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hlm. 105-106.

data tersedia secara langsung, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.³ Data pada penelitian ini bersumber dari laporan keuangan PT.Akasha Wira Internasional Tbk yang sudah di publikasikan di Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan yang sudah di audit dan harga saham selama tahun 2012- 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai sekelompok item penelitian, dimana item tersebut merupakan unit terkecil yang menjadi sumber data yang dibutuhkan. Menurut Sugiono, populasi terdiri dari wilayah, generalisasi, di antaranya terdiri dari objek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan darinya.⁴ Populasi penelitian ini meliputi data triwulan laporan keuangan PT.Akasha Wira Internasional Tbk pada periode 2012-2022, 1 tahun= 4 triwulan, maka $4 \times 11 = 44$, dengan penjelasan populasi tersebut dapat diambil kesimpulan terhadap banyaknya populasi yang digunakan yaitu sebanyak 44.

2. Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai perwakilan dari populasi yang ditentukan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, yaitu menggunakan seluruh anggota populasi sebagai sampel. Istilah lain untuk sampel jenuh adalah sensus,

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabera, 2010), hlm. 137.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 115.

yaitu sampel dari seluruh anggota populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan jumlah populasi sebanyak 44 data laporan keuangan dalam bentuk laporan triwulan . Penelitian ini dalam kurun waktu tahun 2012 - 2022 yaitu sebanyak 11 tahun . Sehingga sampel penelitian ini adalah 11 x 4 data triwulan laporan keuangan PT. Akasha Wira Internasional Tbk yaitu sebanyak 44 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan

Sebuah penelitian literatur atau tinjauan pustaka merupakan langkah penting dalam penelitian. Langkah ini melibatkan identifikasi, penempatan, dan analisis dokumen yang berisi informasi tentang masalah penelitian secara sistematis. Dokumen-dokumen tersebut meliputi jurnal, abstrak, resensi, buku, data statistik, dan laporan penelitian yang relevan. Tujuan utama dari tinjauan pustaka ini adalah untuk melihat apa yang telah dilakukan dengan masalah yang diteliti. Selain untuk menghindari duplikasi pekerjaan, tinjauan pustaka juga dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang masalah yang diteliti. Langkah ini juga meningkatkan perumusan hipotesis karena memperdalam pemahaman tentang masalah yang sedang diselidiki.⁵

⁵ *Ibid.*, hlm. 34.

2. Studi Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata *document* yang berarti kekayaan tertulis. Saat melakukan metode dokumentasi, peneliti meneliti benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, catatan dan sebagainya.⁶ Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian adalah catatan keuangan PT. Akasha Wira Internasional Tbk Periode 2012-2022.

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain, biasanya dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan ke komunitas pengguna data.⁷ Data penelitian ini berasal dari www.idnfinancials.com yang dipublikasikan oleh PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Data yang diperoleh merupakan data yang dapat mengukur beban pokok penjualan, biaya operasional, dan laporan laba usaha PT. Akasha Wira Internasional Tbk tahun 2012-2022.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan bagian lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data dan kemudian menganalisis data dari hasil yang ada pada tahap pengolahan data. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan pasca pengumpulan data dari seluruh responden. Kegiatan dalam analisis data

⁶ W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Gramedia Widia sarana Indonesia, 2010), hlm. 122.

⁷ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 148.

adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.⁸

Setelah mengumpulkan data kemudian melakukan analisis atau pengolahan data. Analisis data penelitian ini adalah dengan tahapan rancangan analisis sebagai alat hitung metode analisis data menggunakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Software SPSS 26*.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah sebuah uji yang digunakan untuk menggambarkan variabel penelitian sekaligus mendukung variabel yang diteliti. Sedangkan yang dimaksud dengan statistik deskriptif adalah sebuah statistik yang digunakan sebagai pendeskripsian terhadap obyek yang akan diteliti dengan menggunakan analisis serta memberikan kesimpulan yang bersifat umum. Penggunaan statistik deskriptif ini mengetahui seberapa jauh data-data bervariasi, berapa standar deviasinya, nilai maksimum, nilai minimum dan rata-rata (*mean*).⁹

2. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan adalah metode uji kolmogrov Smirnov. Uji kolmogrov smirnov digunakan untuk mengetahui

⁸ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 206.

⁹ Rochmat Aldi Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), hlm. 17-18.

distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05.¹⁰ Kriteria pengambilan keputusan untuk uji ini dilihat melalui signifikansinya, yaitu jika sig <0,05 kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya, jika sig > 0,05 kesimpulannya data berdistribusi normal.¹¹

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah sebuah persyaratan dalam statistik untuk terpenuhinya suatu analisis regresi berganda.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah bagaimana cara melihat ada atau tidaknya korelasi yang cukup tinggi yang berhubungan dengan variabel-variabel bebas dalam model regresi berganda, maka untuk mengetahui berhubungan variabel bebas dengan variabel terikat apakah terganggu. Uji multikolinearitas dalam uji ini menggunakan nilai VIF, dimana kriteria pengambilan keputusan untuk uji ini yaitu jika nilai VIF diantara 1-10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF tidak diantara 1-10 maka disimpulkan terjadi multikolinearitas.¹²

¹⁰ Annisa Husna Harahap, Abdul Nasser Hasibuan, dkk, "Analisis Laba terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat" IAIN Padangsidimpuan, Vol 2, No 2 Tahun 2021.

¹¹ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 52-55

¹² Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 139.

b. Uji Autokorelasi

Uji ini merupakan korelasi antar anggota observasi yang tersusun berdasarkan waktu dan tempat. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Model regresi tidak terjadi autokorelasi apabila nilai $DW > -2$ dan $DW < 2$. Uji ini dilakukan hanya pada data yang bersifat *time series* (kurun waktu). Metode pengujian yang digunakan adalah uji *Durbin-Watson (DW test)*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah sebuah uji yang berhubungan dengan variabel model konstanta (model yang tidak sama). Dalam mendeteksi uji heteroskedastitas ada atau tidaknya semua pola yang memiliki nilai *resudial* pada model tersebut. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (sig) $> 0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi (sig) $< 0,05$ maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial merupakan uji yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial dalam menjalankan variabel dependen.¹³ Adapun signifikansi yang dipakai adalah 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

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

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun taraf signifikansi yang dipakai adalah 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- 3) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 4) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauhkah model variabel terikat. Dalam koefisien determinasi (R^2) telah menunjukkan bagaimana proposi yang telah diterangkan dalam variabel bebas dengan menggunakan model variabel terikat. Besarnya

¹³ Hasanah Siregar , Darwis Harahap , dkk, ‘‘ The Effect of Profitability Ratios on Financial Distress in Islamic Commercial Banks in Indonesia’’, IAIN Padangsidimpuan, Vol. 1, No. 2, Des 2020.

persentase dalam koefisien determinan dapat ditunjukkan pada variabel bebas dengan variabel terikat. Jika koefisien determinan nilainya semakin besar, maka akan semakin baik pula kemampuan pada variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁴

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanupulasi (dinaik turun nilainya). Jadi analisis regresi linier akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.¹⁵

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = Penjualan

A = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien X_1, X_2

X_1 = Biaya Produksi

X_2 = Biaya Promosi

e = eror term

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas maka, persamaan penelitian yang terbentuk adalah:

$$PNJ = \beta_0 + \beta_1 BPR + \beta_2 BPM + e$$

¹⁴Mahyus Ekananda, *Ekonometrika Dasar untuk Penelitian Dibidang Ekonomi, Sosial, dan Bisnis* (Jakarta: Mistra Wacana Media, 2015), hlm. 62.

¹⁵Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 275.

Keterangan:

PNJ = Penjualan

β_1, β_2 = Koefisien $X_1 X_2$

BPR = Biaya Produksi

BPM = Biaya Promosi

e = error term

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

PT Akasha Wira International Tbk pada awalnya didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985. Nama perusahaan telah diubah beberapa kali, terakhir pada tahun 2010, ketika nama perusahaan menjadi PT Akasha Wira International Tbk. Anggaran dasar perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan dengan akta notaris Jose Dima Satria, SH, M.Kn. No. 48 tanggal 25 Juni 2013 mengenai perubahan atas Kaurom, hak suara, dan kepurusan serta mengenai perubahan atas tugas dan wewenang direksi. Ditahun 1994, sesuai dengan surat pernyataan efektif dari ketua bapepan No. S-774/PM/1994 tanggal 2 Mei 1994, perseroan melakukan penawaran perdana saham pada masyarakat sejumlah 15.000.000 saham biasa dengan harga nominal saham seharga Rp 1000 (seribu rupiah) persaham dengan harga penawaran Rp 3.850 (tiga ribu delapan ratus lima puluh rupiah) per saham.

Perseroan mencatat sahamnya dibursa efek Jakarta (BEJ) dan bursa efek Surabaya (BES) pada tanggal 14 Juli 1994. Ditahun 2004, sesuai dengan surat pernyataan efektif dari ketua bapepan No. S-1213PM/2004 tanggal 10 Mei 2004, perseroan melaksanakan penawaran umum terbatas 1 kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan hak memesan efek terlebih dahulu (HMTD) sejumlah 73.720.000 saham biasa atas nama dengan nilai nominal Rp 1000 (seribu rupiah) persaham

dan dengan harga penawaran Rp 1.025 (seribu dua puluh lima rupiah) per saham.

Saham-saham tersebut tercatat di BEJ dan BIS pada tanggal 27 Mei 2004. 49 Pada tahun yang sama perseroan mengalami suatu perubahan penting yang lain. Water Partners bottling S.A. (WPB), sebuah perusahaan patungan antara Nestle S.A. dan refreshment product services (anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki the Coca-Cola Company), mengambil alih saham mayoritas saham diperseroan, sehingga nama perusahaan diubah menjadi PT Ades Waters Indonesia Tbk. WPB sepenuhnya mendukung upaya untuk melayani konsumen Indonesia dengan lebih baik. Selain itu, kedua mitra bisnis dengan keahlian tingkat dunia dalam menciptakan dan mengembangkan operasional bisnis yang kuat dan berkelanjutan dalam bisnis minuman bermerek akan member dukungan penuh dalam bidang pemasaran, distribusi, keuangan, teknis, sumberdaya manusia, dan manajemen, untuk memastikan pengembangan bisnis secara bertanggung jawab.

Pada tahun 2006 perseroan mengubah status badan hukumnya dari perusahaan local non fasilitas menjadi perusahaan modal asing (PMA) berdasarkan persetujuan badan koordinasi penanaman modal (BKPM), dalam suratnya No. 42/V/PMA/2006 tanggal 10 Maret 2006. Diakhir 2007, sesuai dengan surat pernyataan efektif dari ketua bapepam dan lk No. S.5874/BL/2007, perseroan telah melaksanakan penawaran umum II kepada pemegang saham melalui penerbitan hak memesan efek terlebih dahulu (HMETD) sejumlah 440.176.800 saham baru dengan

harga penawaran Rp 1000 (seribu rupiah) per saham dengan rasio setiap pemilik 100 saham berhak atas 294 (dua ratus sembilan puluh empat) HMETD untuk membeli 294 (dua ratus sembilan puluh empat) saham baru.

Pada tanggal 3 juni 2008 Sofot Pte, ltd, mengambil alih saham perseroan secara tidak langsung melalui pembelian seluruh saham milik Nestle A.S dan refreshment product services di Water Partners Bottling SA, yang merupakan pemilik 542.347.113 saham yang mewakili 91,94% saham dalam perseroan. 50 Akibar pengambilalihan tidak langsung tersebut Sofos Pte, Ltd melaksanakan penawaran tender untuk membeli saham public sampai dengan 47.540.687 saham perseroan atau 8,06% dari jumlah seluruh saham perseroan dengan nilai nominal Rp 1000 per saham. Melalui proses penawaran tender tersebut sofos Pte, Ltd, memiliki 1.191.428 saham perseroan atau 0,2% dari jumlah seluruh saham perseroan.

Anggaran dasar perseroan telah berubah beberapa kali dan perubahan terakhir terdapat dalam akta pernyataan keputusan rapat perubahan anggaran dasar perseroan No. 49 tanggal 25 Juni 2013 yang dibuat dihadapan Jose Dima Satria, notaries di Jakarta. Yang perubahannya telah disampaikan dan diterima oleh menteri hukum dan hak asasi manusia dalam suratnya No. AHU-AH-01.10-31013 tertanggal 26 Juli 2013. Pada kuartal keempat tahun 2010, perusahaan memasuki fase baru dalam bisnisnya, dengan melaksanakan pembelian asset baru

mesin mesin produksi dan perlengkapannya milik PT Damai Sejahtera Mulia.

Pembelian asset tersebut telah disetujui oleh mayoritas para pemegang saham dalam rapat umum pemegang saham luar biasa perseroan pada tanggal 21 Oktober 2010 dan pembelian asset tersebut selesai dilaksanakan pada tanggal 11 November 2010. Dengan pembelian asset tersebut, perseroan secara resmi mulai melaksanakan bisnis produksi produk kosmetika disamping bisnis air minum dalam kemasan, yang dijalankan perseroan saat ini. Pada kuartal keempat tahun 2012 perseroan mendatangi perjanjian kerja sama dengan Procter dan Gamble untuk mengimpor, mendistribusikan dan menjual produk Procter dan Gamble Premium professional (produk yang distribusinya dilakukan melalui salon) yaitu produk wella, wella professional.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menyediakan solusi konsumen terbaik di dunia kepada masyarakat luas.

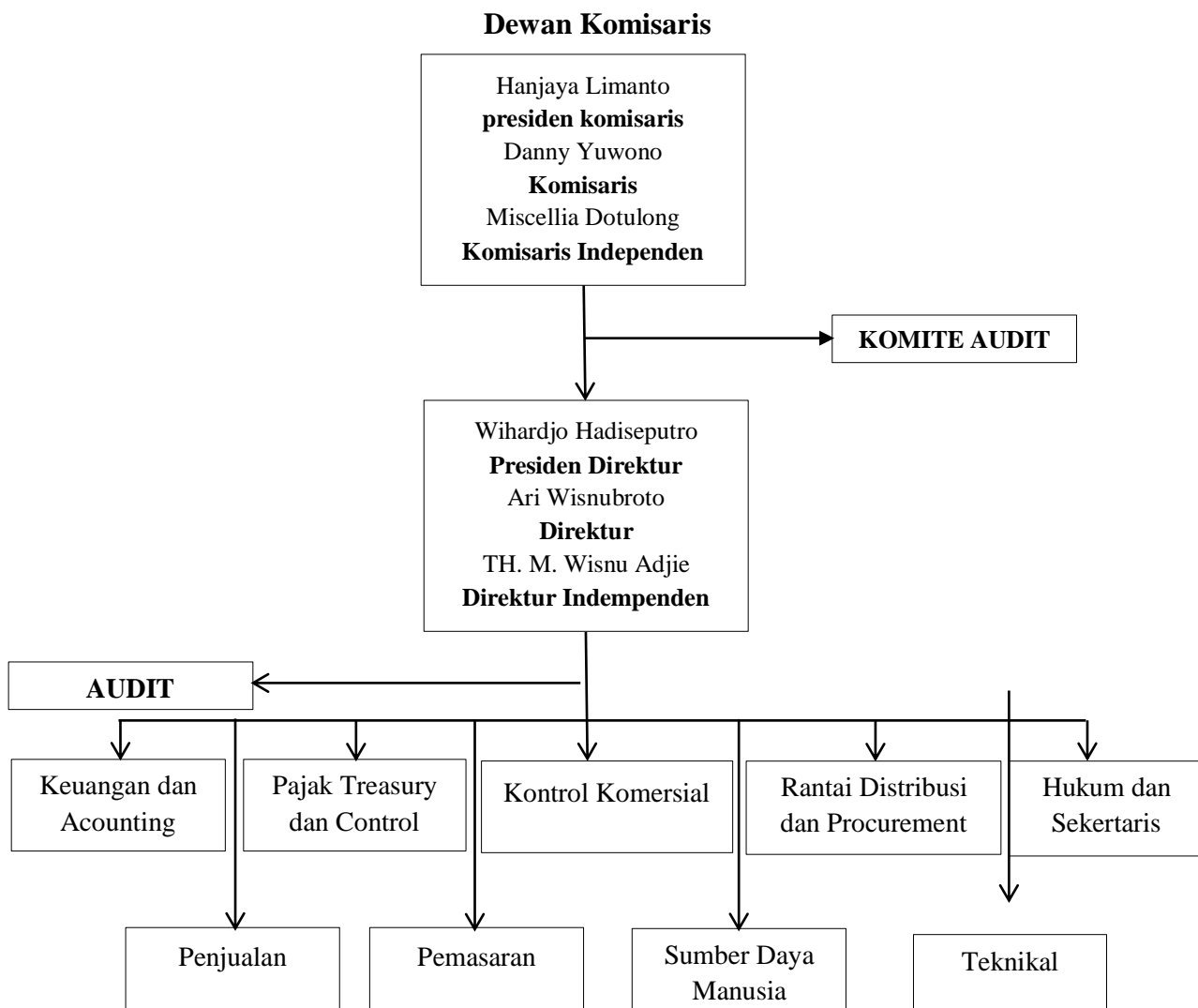
b. Misi

Memberikan solusi konsumen terbaik untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup berkualitas sebagai bentuk pemenuhan komitmen kepada pemangku kepentingan melalui orang, budaya, dan sistem terbaik yang kami miliki.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam sebuah organisasi, karena berperan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Di dalam struktur organisasi terlihat jelas pembagian wewenang tugas dan tanggung jawab personil dalam perusahaan. Adapun bentuk struktur organisasi PT Akasha Wira International Tbk adalah sebagai berikut :

Gambar IV. 1
Struktur Organisasi



Dari struktur organisasi PT Akasha Wira International Tbk dapat dijelaskan tugas dan fungsi masing-masing direksi perseroan dan divisi dalam perseroan yaitu :

- a. Presiden Direktur Tugas dan fungsinya antara lain :
 - 1) Bertindak selaku kordinator direksi dalam mendukung operasional perseroan sehari-hari untuk mencapai tujuan perseroan.
 - 2) Memimpin rapat direksi secara berkala.
 - 3) Bertindak mewakili perseroan di dalam dan di luar pengadilan.
 - 4) Mengkordinasikan komite eksekutif yang dibentuk untuk kepentingan perseroan diantaranya unit audit internal serta mengkordinasikan penerapan sesuai tindakan sesuai saran unit audit internal.
 - 5) Bertanggung jawab mengkoordinasikan pekerjaan yang berkaitan dengan keuangan, hukum, pengadaan, dan produksi.
- b. Direktur Tugas dan fungsinya antara lain:
 - 1) Bersama-sama dengan presiden direktur bertindak mewakili perseroan didalam dan diluar pengadilan.
 - 2) Mengkoordinasikan aktifitas yang berkaitan dengan sumberdaya manusia, pelatihan, remunerasi karyawan, rekrutmen serta penjualan untuk bisnis tertentu.
 - 3) Bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan pekerjaan yang berkaitan dengan penjualan dan pemasaran perseroan.

- c. Direktur Indenden Tugas dan fungsinya antara lain:
- 1) Melakukan tugas sekretaris perusahaan perseroan yang bertanggung jawab memastikan perseroan melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik dalam aktivitasnya dan pemenuhan peraturan-peraturan 54 yang berlaku sehubungan dengan status perusahaan sebagai perusahaan terbuka.
 - 2) Mengawasi dan mengkoordinasi divisi hukum perseroan untuk mencapai tujuan perseroan.
- d. Divisi dalam struktur perseroan
- 1) Divisi penjualan
 - 2) Divisi keuangan dan kontrol termasuk departemen akunting, pelaporan, treasury, pajak dan audit.
 - 3) Devisi sumberdaya manusia termasuk departemen konpensasi dan benefit, hubungan industrial, pelatihan dan perkrutan, serta departemen pelayanan umum.
 - 4) Divisi terknik termasuk departemen manajemen pabrik, kualitas manajemen proyek, kinerja industrial, serta departemen keselamatan kesehatan lingkungan.
 - 5) Divisi operasi termasuk departemen pengolahan pusat distribusi. Pengolahan bisnis produk (untuk rumah dan kantor, serta kemasan ritel, dan pelayanan pelanggan).
 - 6) Divisi *supply* clain termasuk departemen mengelolaan gudang dan armada.

- 7) Divisi hukum dan sekretaris pemasaran merupakan bagian dari manajemen umum.

B. Deskripsi Data Penelitian

Berikut merupakan deskripsi data penelitian berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian ini:

1. Data Perkembangan Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa kepada pembeli untuk suatu harga tertentu yang dapat dijual dalam bentuk unit maupun rupiah. Berikut ini perkembangan penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. pada triwulan I tahun 2012- triwulan III tahun 2022:

Tabel IV.1
Perkembangan Penjualan PT. Akasha Wira Internasional Tbk.
(dalam satuan jutaan rupiah)

Tahun	Periode			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2012	103.912	220.955	354.750	476.638
2013	126.984	250.495	378.977	502.524
2014	129.322	265.732	413.803	578.784
2015	160.427	323.000	479.476	669.725
2016	203.045	450.341	658.279	887.663
2017	196.724	405.269	613.063	814.490
2018	189.274	392.567	596.529	804.302
2019	191.190	403.098	616.024	834.330
2020	298.986	319.881	485.384	673.364
2021	185.280	375.034	616.073	935.075
2022	294.249	603.278	924.193	

Sumber Data: *www.idn.co.id* (data diolah)

Dari tabel IV. 1 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2013 triwulan I, II, III, dan IV penjualan meningkat sebesar 0.22%, 0.13%, 0.06%, dan 0.05%. Tahun 2014 triwulan I, II, III, dan IV meningkat sebesar 0.02%, 0.06%, 0.09%, dan 0.15%. Tahun 2015 triwulan I, II, III,

dan IV meningkat sebesar 0.24%, 0.22%, 0.16%, dan 0.16%. Tahun 2016 triwulan I, II, III, dan IV meningkat sebesar 0.26%, 0.39%, 0.37%, dan 0.32%. Tahun 2017 triwulan I, II, III, dan IV menurun sebesar 0.03%, 0.10%, 0.06%, dan 0.08%. Tahun 2018 triwulan I, II, III, dan IV menurun sebesar 0.03, 0.03, 0.02 dan 0.01%. Tahun 2019 triwulan I, II, III, dan IV meningkat sebesar 0.01, 0.02, 0.03%, dan 0,03%. Tahun 2020 triwulan I menurun sebesar 0.56 triwulan II, III, dan IV menurun sebesar 0.21%, 0.21%, dan 0.19%. Tahun 2021 triwulan I menurun sebesar 0.38 triwulan II, III, dan IV meningkat sebesar 0.17%, 0.26%, 0.38%. Tahun 2022 triwulan I, II dan III meningkat sebesar 0.58%, 0.60% dan 0.50%.

2. Data Perkembangan Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang muncul akibat adanya fungsi produksi. Fungsi produksi adalah suatu kegiatan yang mengolah bahan baku untuk menjadi suatu barang jadi dan siap untuk dijual. Berikut ini perkembangan biaya produksi pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. pada triwulan I tahun 2012- triwulan IV tahun 2022:

Tabel IV. 2
Perkembangan Biaya Produksi PT. Akasha Wira Internasional
Tbk.
(dalam satuan jutaan rupiah)

Tahun	Periode			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2012	26.955	54.018	107.661	169.538
2013	55.104	110.071	165.514	227.623
2014	53.644	117.693	195.782	291.441
2015	81.212	171.134	260.756	339.810
2016	98.583	216.303	322.297	435.134
2017	75.775	179.228	271.006	353.705
2018	87.305	185.841	288.937	409.695
2019	97.073	199.999	295.999	404.965
2020	99.906	153.860	236.298	317.517

2021	87.725	185.998	293.411	185.998
2022	145.488	326.537	481.103	

Sumber Data: *www.idn.co.id* (data diolah)

Dari tabel IV.2 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2013 triwulan I, II, III, dan IV biaya produksi meningkat sebesar 1.04%, 1.03%, 0.53%, dan 0.34%. Tahun 2014 triwulan I dan IV menurun sebesar 0.02% dan 0.28%, triwulan II dan III meningkat sebesar 0.06% dan 0.18%. Tahun 2015 triwulan I, II, III, dan IV meningkat sebesar 0.51%, 0.45%, 0.33 %, dan 0.16%. Tahun 2016 triwulan I, II, III, dan IV meningkat sebesar 0.21%, 0.26%, 0.23%, dan 0.28%. Tahun 2017 triwulan I, II, III, dan IV menurun sebesar 0.23%, 0.17%, 0.15%, dan 0.23%. Tahun 2018 triwulan I, II, III, dan IV menurun sebesar 0.15%, 0.03%, 0.66%, dan 0.15%. Tahun 2019 triwulan I, II, III, meningkat sebesar 0.11%, 0.07%, 0.02%, dan triwulan IV menurun sebesar 0,01%. Tahun 2020 triwulan I meningkat sebesar 0.02% dan triwulan II, III, dan IV menurun sebesar 0.23%, 0.20%, dan 0.21%. Tahun 2021 triwulan I dan IV menurun sebesar 0.12% dan 0.20%, triwulan II dan III meningkat sebesar 0.24% dan 0.41%. Tahun 2022 triwulan I, II dan III meningkat sebesar 0.65%, 0.75% dan 0.63%.

3. Data Perkembangan Biaya Promosi

Promosi merupakan salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa suatu perusahaan meluncurkan produk baru yang membuat konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Berikut ini perkembangan biaya promosi

pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. pada triwulan I tahun 2012- triwulan IV tahun 2022:

Tabel IV. 3
Perkembangan Biaya Promosi PT. Akasha Wira Internasional
Tbk. (dalam satuan jutaan rupiah)

Tahun	Periode			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2012	10.808	26.067	38.511	51.617
2013	14.465	33.242	9.355	12.474
2014	5.936	12.051	18.664	25.974
2015	7.074	14.509	19.131	25.148
2016	8.628	19.624	28.506	38.368
2017	8.718	17.917	24.046	29.595
2018	5.739	11.775	17.903	23.881
2019	4.946	12.114	18.540	25.037
2020	6.163	9.427	14.152	19.588
2021	5.688	12.422	20.007	28.753
2022	9.849	19.788	30.573	

Sumber Data: *www.idn.co.id* (data diolah)

Dari tabel IV.3 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2013 triwulan I, II, biaya produksi meningkat sebesar 0.33% dan 0.27%, triwulan III dan IV menurun sebesar 0.75% dan 0.75%, Tahun 2014 triwulan I dan II menurun sebesar 0.58% dan 0.63%, triwulan III dan IV meningkat sebesar 0.99% dan 0.08%. Tahun 2015 triwulan I, II, III, meningkat sebesar 0.19%, 0.20%, 0.02%, dan triwulan IV menurun sebesar 0.03%. Tahun 2016 triwulan I, II, III, dan IV meningkat sebesar 0.21%, 0.35%, 0.49%, dan 0.52%. Tahun 2017 triwulan I meningkat sebesar 0.01% dan triwulan II, III, dan IV menurun sebesar 0.08%, 0.15%, dan 0.22%. Tahun 2018 triwulan I, II, III, dan IV menurun sebesar 0.34%, 0.34%, 0.25%, dan 0.19%. Tahun 2019 triwulan I menurun sebesar 0.15% dan triwulan II, III dan IV meningkat sebesar 0.02%, 0.03% dan 0,04%. Tahun 2020 triwulan I meningkat sebesar 0.24% dan triwulan II, III, dan

IV menurun sebesar 0.22%, 0.23%, dan 0.21%. Tahun 2021 triwulan I menurun sebesar 0.07% dan triwulan II, III dan IV meningkat sebesar 0.31%, 0.41% dan 0.46%. Tahun 2022 triwulan I, II dan III meningkat sebesar 0.73%, 0.59% dan 0.52%.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Berikut ini data statistik deskriptif pada variabel penjualan, biaya produksi dan biaya promosi pada tabel berikut ini:

Tabel IV.4
Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1 (Biaya Produksi)	43	26955	481103	206132.60	115864.189
X2 (Biaya Promosi)	43	4946	51617	18529.60	10404.831
Y (Penjualan)	43	103912	935075	448895.09	237257.978
Valid N (listwise)	43				

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Berdasarkan Tabel IV.4 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah (N) variabel biaya produksi, biaya promosi dan penjualan adalah 43. Nilai biaya produksi minimum sebesar Rp26.955 juta dan maximum Rp481.103 juta dengan rata-rata penjualan Rp206.132,60 juta dan standar deviasi senilai Rp 115.864,189 juta.

Nilai biaya promosi minimum sebesar Rp4.946 juta dan maximum Rp51617 juta dengan rata-rata Rp18.529,60 juta dan standar deviasi senilai Rp10.404,831 juta. Penjualan minimum sebesar

Rp103.912 juta dan maximum Rp935.075 juta dengan rata-rata Rp448.895,09 juta dan standar deviasi senilai Rp237.257,978 juta.

2. Uji Normalitas

Berikut merupakan uji normalitas dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*:

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

		Biaya_Produksi	Biaya_Promosi	Penjualan
N		43	43	43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	206132.60	18529.60	448895.09
	Std. Deviation	115864.189	10404.831	237257.978
Most Extreme Differences	Absolute	.104	.118	.094
	Positive	.104	.118	.094
	Negative	-.071	-.096	-.073
Test Statistic		.104	.118	.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.149 ^c	.200 ^{c,d}

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Berdasarkan tabel IV.5 dapat diketahui bahwa nilai signifikan di atas menyatakan bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) dari laba kotor, penjualan dan harga pokok penjualan 0,200 maka nilai *Asymp. Sig. 2-tailed* biaya produksi, biaya promosi dan penjualan > 0,05 yang berarti penelitian ini berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Berikut ini uji Multikolinearitas pada penelitian ini adalah:

Tabel IV. 6

Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15385.309	29100.629		.529	.600		
	X1	1.685	.126	.823	13.324	.000	.756	1.323
	X2	4.648	1.408	.204	3.300	.002	.756	1.323

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Pada tabel IV.6 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* pada variabel biaya produksi dan biaya promosi adalah $0,756 > 0,10$ dan VIF adalah $1,323 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Autokorelasi

Berikut ini uji Autokorelasi pada penelitian ini adalah:

Tabel IV.7

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.941 ^a	.885	.879	82565.011	1.043

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Berdasarkan tabel IV.7 diatas dapat dilihat nilai dari *Durbin-Watson* adalah 1,043. Maka dapat dinyatakan bahwa $-2 < 1.043 < 2$ artinya tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini merupakan uji heteroskedastisitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Gambar IV.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.153	.057		2.704	.010
	Biaya_Produksi	-1.043E-7	.000	-.077	-.423	.674
	Biaya_Promosi	1.256E-6	.000	.083	.457	.650

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Dari tabel IV.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (sig)>0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Berikut ini merupakan hasil dari uji parsial pada penelitian ini:

Gambar IV.9
Hasil Uji Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15385.309	29100.629		.529	.600
	Biaya_Produksi	1.685	.126	.823	13.324	.000
	Biaya_Promosi	4.648	1.408	.204	3.300	.002

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Berdasarkan pada tabel IV.9 diatas dapat dilihat bahwa t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai 0,05 dengan signifikan tingkat signifikan 0,05 adalah $df = n - k - 1$ atau $43 - 2 - 1 = 40$. Dengan demikian nilai t_{tabel} adalah 1,684.

1. Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh t_{hitung} pada biaya Produksi adalah 13.324 maka $t_{hitung} (13,324) > t_{tabel} (1,684)$ yang berarti H_{01} ditolak H_{a1} diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.
2. Kemudian pada biaya promosi t_{hitung} adalah 3,300 maka $t_{hitung} (3,300) > t_{tabel} (1,684)$ yang berarti H_{02} ditolak H_{a2} diterima terdapat pengaruh variabel biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

b. Uji Simultan (f)

Berikut ini merupakan hasil dari uji parsial pada penelitian ini:

Gambar IV.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2091557385037.6 45	2	1045778692 518.823	153.408	.00 0 ^b
	Residual	272679243393.98 2	40	6816981084 .850		
	Total	2364236628431.6 27	42			

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Pada tabel IV.10 diatas diketahui nilai dari F hitung adalah sebesar 153.408. Nilai dari F_{tabel} dengan df (N 1) =k-1 atau 3-1=2 dan df (N2) = n-k atau 43-3=40 sehingga diperoleh $F_{tabel} =3,23$ Berdasarkan pengambilan keputusan hasil pengujian uji F maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} (153.408) > F_{tabel} (3,23)$ maka H_{a3} diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya

promosi terhadap penjualan pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk periode 2012-2022.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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

Tabel IV. 11
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.941 ^a	.885	.879	82565.011	1.043

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai R^2 Square (koefisien determinasi) adalah sebesar 0,885, dengan demikian dapat diartikan bahwa pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) adalah sebesar 0,885 atau 88,5 % dan sisanya sebesar 11,5 % dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut ini hasil uji regresi berganda pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.12
Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15385.309	29100.629		.529	.600
	X1	1.685	.126	.823	13.324	.000

	X2	4.648	1.408	.204	3.300	.002
--	----	-------	-------	------	-------	------

Sumber: data diolah dari SPSS versi 26

Pada tabel IV.12 diatas dapat dilihat bahwa persamaan dari linier berganda sebagai berikut:

$$PNJ = 15385,309 + 1,685 BPR + 4,648 BPM + 29100.629$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta adalah (a) bernilai positif sebesar 15385,309 dengan demikian apabila biaya produksi dan biaya promosi bernilai 0 maka penjualan sebesar Rp15385,309 juta.
- b. Koefisien regresi variabel biaya produksi (β_1) adalah sebesar 1,685 yang menunjukkan hubungan antara biaya produksi dan penjualan, yakni apabila biaya produksi meningkat sebesar 1 juta rupiah maka penjualan akan meningkat $15385,309 + 1,685 = 15386,994$ juta rupiah dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- c. Koefisien biaya promosi adalah sebesar 4,648, dengan demikian apabila biaya promosi naik sebesar 1 juta rupiah maka penjualan akan turun sebesar $15385,309 + 4,648 = 15389,957$ juta rupiah dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada PT. Akasha Akasha Wira Internasional Tbk. Pada Tahun 2012-2022 dengan tujuan agar mengetahui pengaruh biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) terhadap penjualan (Y). Berdasarkan hasil analisis data diatas maka pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk.

Biaya produksi sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Tingginya biaya produksi yang berdampak pada tingkat penjualan secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan biaya produksi yang harus dikeluarkan, ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh.

Pada uji hipotesis secara parsial (uji t) yang dilakukan peneliti dengan menggunakan SPSS versi 26 menghasilkan output maka t_{hitung} (13,324) > t_{tabel} (1,684) sehingga H_{01} ditolak H_{a1} diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Riani Tanjung, Azra Velda Wijayanti yang berjudul Pengaruh Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Arwana Citra Mulia TBK. Tahun 2012-2019 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan (studi kasus pada PT. Arwana Citramulia). Hasil penelitian ini juga didukung Lismaya Afirin yang Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Kecil Karya Mega Rezki di Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan secara terhadap volume penjualan.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh yang positif terhadap penjualan.

2. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT.Akasha Wira Internasional Tbk.

Biaya promosi berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Biaya promosi merupakan suatu pengorbanan kecil yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan promosi. Biaya promosi tersebut meliputi semua biaya yang akan dipakai dalam melakukan kegiatan promosi diantaranya iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi. Selain untuk meningkatkan penjualan, promosi juga digunakan untuk menempatkan suatu produk, meningkatkan suatu nilai, dan mengendalikan penjualan.

Pada uji hipotesis secara parsial (uji t) yang dilakukan peneliti dengan menggunakan SPSS versi 26 menghasilkan output $t_{hitung} (3,300) > t_{tabel} (1,684)$ yang berarti H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Lismaya Arifin yang berjudul Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Usaha Kecil Karya Mega Rezky di Topoyo, Kabupaten Mamuju Tengah yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada Usaha Kecil Karya Mega Rezky di Topoyo, Kabupaten Mamuju Tengah. Hasil

penelitian ini juga didukung oleh Yulia Desmita, Suarman, Ngadlan yang berjudul Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan PT. RIANDA GANDA MANDIRI di PEKANBARU yang menyatakan bahwa hubungan positif dan signifikan antara biaya promosi penjualan dengan volume penjualan PT. RIANDA GANDA MANDIRI di PEKANBARU.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap penjualan.

3. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan pada PT.Akasha Wira Internasional Tbk.

Pada uji simultan (uji F) nilai dari F_{tabel} adalah 3,23 dan F_{hitung} adalah 153.408. Berdasarkan pengambilan keputusan hasil pengujian uji $F_{tabel} (3,23) > F_{hitung} (153.408)$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan PT.Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Zildan Nur Islam Setiawan yang berjudul Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama mengalami peningkatan dan penurunan yang berfluktuasi setiap tahunnya, biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap penjualan.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian dilakukan berdasarkan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil yang baik. Namun untuk mendapatkan hasil yang sangat sempurna adalah hal yang sulit karena penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti dalam melakukan penelitian diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat dua variabel independen yaitu biaya produksi dan biaya promosi dan satu variabel dependen yaitu penjualan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Populasi yang digunakan oleh peneliti hanya salah satu perusahaan yang ada pada Bursa Efek Indonesia yaitu PT. Akasha Wira Internasional Tbk.
3. Peneliti memiliki keterbatasan menggunakan pengolah data program SPSS.

Berdasarkan uraian keterbatasan yang dihadapi peneliti, hal ini tidak menghambat peneliti untuk terus belajar agar tidak mengurangi makna dari penelitian. Dengan bekerja keras dan bantuan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} (13,324) > t_{tabel} (1,684)$.
2. Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai, $t_{hitung} (3,300) > t_{tabel} (1,684)$.
3. Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. Tahun 2012-2022, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai, $F_{hitung} (153.408) > F_{tabel} (3,23)$.

B. Saran-Saran

Setelah melakukan beberapa tahap penyelesaian penelitian, terdapat beberapa saran yang dirangkum oleh peneliti guna untuk memperbaiki peneliti pada masa yang akan datang. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dengan judul pengaruh biaya produksi dan biaya promosi dan terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk agar lebih memahami lagi judul tersebut.

2. Peneliti selanjutnya disarankan agar lebih menambah wawasan baik dalam hal membaca berbagai penelitian terdahulu agar memahami judul penelitian yang akan diteliti.
3. Keterbatasan yang dihadapi peneliti terdapat pada penggunaan data pada tahun 2012 sampai 2022 yaitu hanya 11 tahun. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah periode penelitian untuk memperbesar jumlah sampel dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku:

- Abdullah Al-Mushlih dan Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam* Jakarta: Darul Haq, 2004.
- Abdullah, *Thamrin dan Francis Tantri, Manajemen Pemasaran*, Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah* , Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Djuwaini Dimayyudin, *Pengantar Fiqih Mu'amalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Hansen dan mowen, *Manajemen Accounting*, edisi 7, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Hartimbul Ginting F Nembah , *Manajemen Pemasaran Bandung*: CV.Yrama Widya, 2011.
- Hersi, *Rahasia Cermat & Mahir Menganalisis Laporan Keuangan* , Jakarta: PT Gramedia, 2012.
- Hasibuan, Abdul Nasser, dkk. *Belajar Mudah Akuntansi* , Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019.
- Jusuf Jopie, *Analisis Kredit Untuk Credit (Account) Officer*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2014.
- Kuncoro Mudrajat, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Mahyus Ekananda, *Ekonometrika Dasar untuk Penelitian Dibidang Ekonomi, Sosial, dan Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Mulyadi, *Akutansi Biaya*. edisi 5, Yogyakarta: STIM YKPN, 2012.
- Munawir.S, *Analisis Laporan Keuangan* , Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2007.

- Muqorobin Ahamad dan Muharrik Fitragara Fachreza, *MODEL JUAL BELI ANGSURAN DI PERBANKAN SYARIAH*. Universitas Darussalam, Gontor. Tahun. 2018.
- Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Nitisemito Alex, *Manajemen Personalia*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Priyanto Duwi, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014.
- Putra Mahardika Indra, *Akuntansi Biaya: Pedoman Terlengkap Analisis dan Pengendalian Biaya Produksi*. 2021.
- Rangkuty Freddy, *strategi promosi yang kreatif*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- S.R Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Salemba Empat, 2009.
- Saebani Ahmadi Beni dan Yana Sutisna, *Metode Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010,
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sujarweni V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.
- Sunardi dan Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi Dan Kasus*, Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2015.
- Swasta Basu dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Tiga*, Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Swastha Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.
- Swastha Basu, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE, 2017.
- Tan Anton, *Psikologi Penjualan*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011.

Umar Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*,

Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada. 2013.

W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Gramedia Widia sarana Indonesia, 2010.

Winardi, *Ilmu Dan Seni Menjual* , Bandung : Nova, 1998.

B. Sumber jurnal:

Gusrizald Rogi dan Eka Komalasari, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan*,”*VALUTA2*,No2(2016),<https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/1156>.

_____, Abdul Nasser, dkk, “ *Analisis Laba terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat*”. IAIN Padangsidimpuan, Volume 2 Nomor 2 Ed. Juli – Des 2021.

_____, Abdul Nasser, dkk, “ *The Effect of Profitability Ratios on Financial Distress in Islamic Commercial Banks in Indonesia*”, IAIN Padangsidimpuan, Vol. 1, No. 2, Des 2020.

_____, Abdul Nasser, dkk, “*Analisis Laba Terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat* “. IAIN Padangsidimpuan, Vol. 2. No. 2. Ed. Juli-Des 2021.

_____, Abdul Nasser, dkk, “*Analisis Laba Terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat*”. IAIN Padangsidimpuan, Vol 2 ,No 2, Tahun 2021.

_____, Abdul Nasser, dkk, *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN LABA PADA PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR Tbk (Tahun 2011-2021)* Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Vol. 01, Edisi 1, Juni 2022.

_____, Abdul Nasser, dkk. “*Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibiliti Terhadap Rasio Propitalibitas Bank Umum Syariah Di Indonesia*”. IAIN Padangsidimpuan. VOL.5. No. 1, Jun 2021.

_____, Abdul Nasser, dkk. *RESILIENCE OF BUSINESS ACTORS IN THE MIDST OF THE COVID-19 PANDEMIC CASE STUDY ON UD. SALACCA PARSALAKAN VILLAGE, WEST ANGKOLA*

DISTRICT, SOUTH TAPANULI REGENCY’, IAIN
Padangsidempuan Vol. 3, No. 1, Jul 2022.

_____, Abdul Nasser, ” *Konsep Pemasaran Islam Di Bank Pembiayaan
Rakyat Syariah Di Kabupaten Tapanuli Selatan*”. IAIN
Padangsidempuan, Vol. 6. No.2 Ed Desember 2018.

_____, Abdul Nasser, ” *Relevansi Pedoman Standar Akutansi Keuangan
(PSAK) No.30 Dengan Hukum Islam* “. IAIN
PadngsidempuanVOL. 20, No. 2. 2021.

IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Rizky Atika Siregar
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 30 Juni 1999
4. Anak Ke : 2 (dua) dari 2 Bersaudara
5. Kewarganegaraan : Indonesia
6. Agama : Islam
7. Alamat Lengkap : Jl. Kapten Tandean, Padangsidempuan Utara
Kota Padangsidempuan
8. Telepon/HP : 082287523543
9. Email : atikarizky76@gmail.com

A. NAMA ORANG TUA

1. Nama
Ayah : Syamsul Bahri Siregar
Ibu : Zainab Harahap
2. Pekerjaan
Ayah : Wiraswasta
Ibu : Pensiunan PNS
3. Alamat
Ayah : Jl. Kapten Tandean, Psp Utara, Kota Padangsidempuan
Ibu : Jl. Kapten Tandean, Psp Utara, Kota Padangsidempuan

B. PENDIDIKAN

1. Tahun 2005-2012 : SD Swasta Perguruan Sariputra Padangsidempuan
2. Tahun 2012-2015 : SMP N 1 Padangsidmpuan
3. Tahun 2015-2018 : SMA N 2 Padangsidempuan
4. Tahun 2018-2023 : Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidmpuan

LAMPIRAN I

Data Penjualan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk Periode 2012 s/d 2022 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan Bersih (Jutaan Rupiah)
2012	476.638
2013	502.524
2014	578.784
2015	669.725
2016	887.663
2017	814.490
2018	804.302
2019	834.330
2020	673.364
2021	935.075
2022	603.278

Data Biaya Produksi dan Penjualan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk Periode 2012 s/d 2022 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Biaya Produksi	Penjualan Bersih
2012	169.538	476.638
2013	227.623	502.524
2014	291.441	578.784
2015	339.870	669.725
2016	435..134	887.663
2017	353.705	814.490
2018	409.695	804.302
2019	404.965	834.330
2020	317.517	673.364
2021	185.998	935.075
2022	326.537	603.278

Data Biaya Promosi dan Penjualan Pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk Periode 2012 s/d 2022 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Biaya Promosi	Penjualan Bersih
2012	51.617	476.638
2013	12.474	502.524
2014	25.974	578.784
2015	25.148	669.725
2016	38.368	887.663
2017	29.595	814.490

2018	23.881	804.302
2019	25.037	834.330
2020	19.588	673.364
2021	28.753	935.075
2022	19,788	603.278

LAMPIRAN II

Perkembangan Penjualan PT. Akasha Wira Internasional Tbk. (dalam satuan jutaan rupiah)

Tahun	Periode			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2012	103.912	220.955	354.750	476.638
2013	126.984	250.495	378.977	502.524
2014	129.322	265.732	413.803	578.784
2015	160.427	323.000	479.476	669.725
2016	203.045	450.341	658.279	887.663
2017	196.724	405.269	613.063	814.490
2018	189.274	392.567	596.529	804.302
2019	191.190	403.098	616.024	834.330
2020	298.986	319.881	485.384	673.364
2021	185.280	375.034	616.073	935.075
2022	294.249	603.278	924.193	

Perkembangan Biaya Produksi PT. Akasha Wira Internasional Tbk. (dalam satuan jutaan rupiah)

Tahun	Periode			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2012	26.955	54.018	107.661	169.538
2013	55.104	110.071	165.514	227.623
2014	53.644	117.693	195.782	291.441
2015	81.212	171.134	260.756	339.810
2016	98.583	216.303	322.297	435.134
2017	75.775	179.228	271.006	353.705
2018	87.305	185.841	288.937	409.695
2019	97.073	199.999	295.999	404.965
2020	99.906	153.860	236.298	317.517
2021	87.725	185.998	293.411	185.998
2022	145.488	326.537	481.103	

Perkembangan Biaya Promosi PT. Akasha Wira Internasional Tbk. (dalam satuan jutaan rupiah)

Tahun	Periode			
	TW I	TW II	TW III	TW IV
2012	10.808	26.067	38.511	51.617
2013	14.465	33.242	9.355	12.474
2014	5.936	12.051	18.664	25.974
2015	7.074	14.509	19.131	25.148
2016	8.628	19.624	28.506	38.368
2017	8.718	17.917	24.046	29.595
2018	5.739	11.775	17.903	23.881
2019	4.946	12.114	18.540	25.037
2020	6.163	9.427	14.152	19.588
2021	5.688	12.422	20.007	28.753
2022	9.849	19.788	30.573	

LAMPIRAN III

Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1 (Biaya Produksi)	43	26955	481103	206132.60	115864.189
X2 (Biaya Promosi)	43	4946	51617	18529.60	10404.831
Y (Penjualan)	43	103912	935075	448895.09	237257.978
Valid N (listwise)	43				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Biaya_Produksi	Biaya_Promosi	Penjualan
N		43	43	43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	206132.60	18529.60	448895.09
	Std. Deviation	115864.189	10404.831	237257.978
Most Extreme Differences	Absolute	.104	.118	.094
	Positive	.104	.118	.094
	Negative	-.071	-.096	-.073
Test Statistic		.104	.118	.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.149 ^c	.200 ^{c,d}

Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15385.309	29100.629		.529	.600		
	X1	1.685	.126	.823	13.324	.000	.756	1.323
	X2	4.648	1.408	.204	3.300	.002	.756	1.323

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.941 ^a	.885	.879	82565.011	1.043

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.153	.057		2.704	.010
	Biaya_Produksi	-1.043E-7	.000	-.077	-.423	.674
	Biaya_Promosi	1.256E-6	.000	.083	.457	.650

Hasil Uji Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15385.309	29100.629		.529	.600
	Biaya_Produksi	1.685	.126	.823	13.324	.000
	Biaya_Promosi	4.648	1.408	.204	3.300	.002

Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.941 ^a	.885	.879	82565.011	1.043

Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15385.309	29100.629		.529	.600
	X1	1.685	.126	.823	13.324	.000
	X2	4.648	1.408	.204	3.300	.002

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk

**LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL-
TANGGAL 31 DESEMBER 2013 DAN 2012
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali Dinyatakan
Lain)**

**STATEMENTS OF COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEARS ENDED DECEMBER 31, 2013
AND 2012
(Expressed in Millions of Rupiah, except
Otherwise Stated)**

	Catatan/ Notes	2 0 1 3	2 0 1 2	
PENJUALAN BERSIH	2,20&30	502.524	476.638	NET SALES
BEBAN POKOK PENJUALAN	2,21&30	<u>(220.966)</u>	<u>(204.736)</u>	COST OF GOODS SOLD
LABA KOTOR		281.558	271.902	GROSS PROFIT
Beban Penjualan	2,22&30	(142.099)	(116.795)	Selling Expenses
Beban Umum dan Administrasi	2,23&30	(84.982)	(68.699)	General and Administrative Expenses
Beban Lain-lain	24 & 30	(835)	(1.752)	Other Expenses
Penghasilan Lain-lain	24 & 30	15.912	6.790	Other Income
Penghasilan Keuangan	25 & 30	545	302	Finance Income
Beban Keuangan	26 & 30	<u>(10.905)</u>	<u>(15.117)</u>	Finance Expenses
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN		59.194	76.631	INCOME BEFORE INCOME TAX
MANFAAT (BEBAN) PAJAK PENGHASILAN	2 & 27	<u>(3.538)</u>	6.745	INCOME TAX BENEFIT (EXPENSE)
LABA PERIODE BERJALAN		55.656	83.376	PROFIT FOR THE PERIOD
Pendapatan Komprehensif Lain		<u>-</u>	<u>-</u>	Other Comprehensive Income
JUMLAH PENDAPATAN KOMPREHENSIF PERIODE BERJALAN		<u>55.656</u>	<u>83.376</u>	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE PERIOD
LABA BERSIH PER SAHAM (dalam Angka Penuh)	2	94	141	NET INCOME PER SHARE (Full Amount)
RATA-RATA TERTIMBANG JUMLAH SAHAM BEREDAR/DITEMPATKAN (dalam Angka Penuh)		589.896.800	589.896.800	WEIGHTED AVERAGE NUMBER OF OUTSTANDING/ISSUED SHARES (Full Amount)

Lihat Catatan atas Laporan Keuangan yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan ini

See accompanying Notes to Financial Statements which are an integral part of these Financial Statements

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali
Dinyatakan Lain)**

**NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
DECEMBER 31, 2013 AND 2012
(Expressed in Millions of Rupiah, except Otherwise
Stated)**

20. PENJUALAN BERSIH

Rincian sebagai berikut:

	<u>2013</u>
Produk Kosmetik	288.205
Air Minum dalam Kemasan	214.312
Lain-lain	<u>7</u>
Jumlah	<u>502.524</u>

Seluruh jumlah yang tersebut diatas merupakan penjualan kepada pihak ketiga.

Tidak terdapat penjualan bersih kepada pelanggan utama melebihi 10% dari nilai penjualan bersih Perseroan selama tahun 2013 dan 2012

20. NET SALES

The details are as follows:

	<u>2012</u>	
	280.334	Cosmetic Products
	196.264	Bottled Drinking Water
	<u>40</u>	Others
Total	<u>476.638</u>	

All the above amounts represent sales to the third parties.

There is no net sales to major customers whose value exceeded 10% of the Company's net sales during the years 2013 and 2012.

21. BEBAN POKOK PENJUALAN

Rincian sebagai berikut:

	<u>2013</u>
Bahan Baku, Awal	19.578
Pembelian	92.657
Bahan Baku, Akhir	<u>(24.420)</u>
Bahan Baku yang Digunakan	87.815
Beban Kemasan dan Bahan Pembantu	82.824
Beban Tenaga Kerja Langsung	15.619
Beban Pabrikasi	<u>41.365</u>
Beban Produksi	227.623
Barang dalam Proses, Awal	7.976
Barang dalam Proses, Akhir	<u>(5.257)</u>
Beban Pokok Produksi	230.342
Barang Jadi, Awal	35.674
Pembelian	5.659
Contoh Marketing	<u>(12.673)</u>
Barang Jadi, Akhir	<u>(38.036)</u>
Beban Pokok Penjualan	<u>220.966</u>

Berdasarkan penelaahan terhadap kondisi fisik persediaan pada akhir tahun, manajemen berpendapat bahwa penyisihan persediaan usang tidak diperlukan.

21. COST OF GOODS SOLD

The details are as follows:

	<u>2012</u>	
	-	Raw Materials, Beginning
	58.574	Purchases
	<u>(19.578)</u>	Raw Materials, Ending
	38.996	Raw Materials Used
	92.607	Packaging and Indirect Materials
	8.836	Direct Labor Cost
	<u>29.099</u>	Overhead Cost
	169.538	Total Manufacturing Cost
	-	Work in Process, Beginning
	<u>(7.976)</u>	Work in Process, Ending
	161.562	Total Manufacturing Cost
	26.576	Finished Goods, Beginning
	61.859	Purchases
	<u>(9.587)</u>	Marketing Sample
	<u>(35.674)</u>	Finished Goods, Ending
	<u>204.736</u>	Cost of Goods Sold

Based on the review of the physical condition of inventories at the end of the year, the management believes that no allowance for inventory obsolescence is necessary to be provided.

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012
 (Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali
 Dinyatakan Lain)

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
DECEMBER 31, 2013 AND 2012
 (Expressed in Millions of Rupiah, except Otherwise
 Stated)

21. BEBAN POKOK PENJUALAN (Lanjutan)

Rincian pemasok dengan nilai pembelian bahan baku, bahan kemasan dan bahan pembantu yang melebihi 10% dari total pembelian bersih Perseroan adalah sebagai berikut:

	2013
PT Petnesia Resindo	28.603
PT Damai Sejahtera Mulia	-

22. BEBAN PENJUALAN

Rinciannya sebagai berikut:

	2013
Pemasaran	60.704
Gaji dan Tunjangan Karyawan Lainnya	41.486
Transportasi	20.982
Lisensi	12.474
Sewa	835
Perlengkapan Kantor, Sewa dan Asuransi	768
Penyusutan	391
Utilitas dan Komunikasi	276
Perbaikan dan Pemeliharaan	164
Penurunan Nilai Piutang Usaha	77
Lain-lain	3.942
Jumlah	142.099

23. BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI

Rinciannya sebagai berikut:

	2013
Gaji dan Tunjangan Karyawan Lainnya	39.215
Tenaga Kerja Lainnya	9.641
Transportasi dan Komunikasi	7.867
Air, Listrik, Alat Tulis dan Cetak	6.613
Penyusutan	5.853
Sewa, Perijinan dan Asuransi	5.117
Estimasi Imbalan Kerja	4.923
Perbaikan dan Pemeliharaan	1.515
Pajak dan Honorarium	1.489
Representasi dan Perjalanan Dinas	731
Amortisasi	700
Administrasi dan Provisi	275
Keanggotaan	90
Lain-lain	953
Jumlah	84.982

21. COST OF GOODS SOLD (Continued)

The details of suppliers whose purchase value of raw materials, packaging materials and indirect materials exceeded 10% of the Company's total net purchases are as follows:

	2012
PT Petnesia Resindo	30.363
PT Damai Sejahtera Mulia	71.683

22. SELLING EXPENSES

The details are as follows:

	2012
Marketing	40.010
Salaries and Other Employee Allowances	38.817
Transportation	19.965
Licences	11.607
Rentals	1.570
Office Equipment, Rentals and Insurance	832
Depreciation	303
Utility and Communications	873
Repairs and Maintenance	488
Impairment of Trade Receivables	108
Others	2.222
Total	116.795

23. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

The details are as follows:

	2012
Salaries and Other Employee Allowances	28.555
Other Employment	5.148
Transportation and Communications	5.709
Water, Electricity, Stationery and Printing	5.069
Depreciation	5.404
Rentals, Licences and Insurance	5.287
Estimated Employee Benefits	3.755
Repairs and Maintenance	1.384
Taxes and Honorarium	5.547
Entertainment and Travelling	511
Amortization	676
Administration and Provision	274
Membership	442
Others	938
Total	68.699

These Financial Statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit B

Exhibit B

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA 31 DESEMBER 2014
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
STATEMENTS OF COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2014
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	2014	2013	
PENJUALAN BERSIH	2,22,32	578.784	502.524	S A L E S
BEBAN POKOK PENJUALAN	2,23,32	(279.882)	(220.966)	COST OF GOODS SOLD
LABA KOTOR		298.902	281.558	GROSS PROFIT
Beban penjualan	2,24,32	(170.138)	(142.099)	Selling expenses
Beban umum dan administrasi	2,25,32	(78.974)	(84.982)	General and administrative expenses
Beban lain-lain	26,32	(1.705)	(835)	Other expenses
Penghasilan lain-lain	26,32	1.457	15.912	Other income
Penghasilan keuangan	27,32	499	545	Finance income
Beban keuangan	28,32	(8.530)	(10.905)	Finance expenses
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN		41.511	59.194	INCOME BEFORE INCOME TAX
MANFAAT (BEBAN) PAJAK PENGHASILAN	2,29	(10.490)	(3.538)	INCOME TAX BENEFIT (EXPENSES)
LABA BERSIH TAHUN BERJALAN		31.021	55.656	PROFIT FOR THE PERIOD
Pendapatan komprehensif lain		-	-	Other comprehensive income
JUMLAH PENDAPATAN KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN		31.021	55.656	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEAR
LABA BERSIH PER SAHAM (dalam angka penuh)	2	53	94	NET INCOME PER SHARE (full amount)
RATA-RATA TERTIMBANG JUMLAH SAHAM BEREDAR/DITEMPATKAN (dalam angka penuh)		589.896.800	589.896.800	WEIGHTED AVERAGE NUMBER OF OUTSTANDING/ISSUED SHARES (full amount)

Lihat Catatan atas Laporan Keuangan pada Ekshibit E terlampir yang merupakan bagian tak terpisahkan dari Laporan Keuangan secara keseluruhan

See accompanying Notes to Financial Statements on Exhibit E which are an integral part of the Financial Statements taken as a whole

The original financial statements
Included herein are in Indonesian language

Ekshibit E/39

Exhibit E/39

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA 31 DESEMBER 2014
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2014
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

21. PENYISIHAN SALDO LABA UNTUK CADANGAN UMUM

Berdasarkan Akta Berita Acara Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan No. 66 tanggal 20 Juni 2014 yang dibuat di hadapan Notaris Jose Dima Satria, SH, M.Kn., notaris di Jakarta, para pemegang saham setuju untuk membentuk cadangan umum sebesar Rp 55.656 dari laba bersih Perusahaan tahun buku 2013.

21. APPROPRIATION FOR GENERAL RESERVE

Based on Deeds of Minutes of Annual General Shareholders' Meeting No. 66 dated June 20, 2014 of Notary Jose Dima Satria, SH, M.Kn., notary in Jakarta, the shareholders approved a general reserve of Rp 55,656 from the 2013 net income.

22. PENJUALAN BERSIH

Rincian per sebagai berikut:

	2014	2013	
Produk kosmetik	292.598	288.205	Cosmetic products
Air minum dalam kemasan	286.186	214.312	Bottled drinking water
Lain-lain	-	7	Others
Jumlah	578.784	502.524	Total

22. NET SALES

The details are as follows:

23. BEBAN POKOK PENJUALAN

	2014	2013	
Bahan baku - Awal	24.420	19.578	Raw materials - Beginning
Pembelian	99.440	92.657	Purchases
Bahan baku - Akhir	(28.558)	(24.420)	Raw materials - Ending
Bahan baku yang digunakan	95.302	87.815	Raw materials used
Beban kemasan dan bahan pembantu	112.884	82.824	Packaging and indirect materials
Beban tenaga kerja langsung	17.905	15.619	Direct labor cost
Beban pabrikasi	65.350	41.365	Overhead cost
Beban produksi	291.441	227.623	Total manufacturing cost
Barang dalam proses - Awal	5.257	7.976	Work in process - Beginning
Barang dalam proses - Akhir	(9.729)	(5.257)	Work in process - Ending
Beban pokok produksi	286.969	230.342	Total manufacturing cost
Barang jadi - Awal	38.036	35.674	Finished goods - Beginning
Pembelian	4.742	5.659	Purchases
Sampel marketing	(15.609)	(12.673)	Marketing sample
Barang jadi - Akhir	(34.256)	(38.036)	Finished goods - Ending
Beban Pokok Penjualan	279.882	220.966	Cost of goods sold

Berdasarkan penelaahan terhadap kondisi fisik persediaan pada akhir tahun, manajemen berpendapat bahwa penyisihan persediaan usang tidak diperlukan.

Based on the review of the physical condition of inventories at the end of the year, the management believes that no allowance for inventory obsolescence is necessary to be provided.

The original financial statements
Included herein are in Indonesian language

Ekshibit E/40

Exhibit E/40

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA 31 DESEMBER 2014
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2014
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

23. BEBAN POKOK PENJUALAN (Lanjutan)

Rincian pemasok dengan nilai pembelian bahan baku, bahan kemasan dan bahan pembantu yang melebihi 10% dari total pembelian bersih Perusahaan adalah sebagai berikut:

	2014	2013
Far Eastern Industries Ltd	32.442	-
PT Petnesia Resindo	22.884	28.603

23. COST OF GOODS SOLD (Continued)

The details of suppliers whose purchase value of raw materials, packaging materials and indirect materials exceeded 10% of the Company's total net purchases are as follows:

	2014	2013
Far Eastern Industries Ltd	32.442	-
PT Petnesia Resindo	22.884	28.603

24. BEBAN PENJUALAN

	2014	2013
Pemasaran	68.318	60.704
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	47.053	41.486
Lisensi	25.974	12.474
Transportasi	20.481	20.982
Sewa	1.771	835
Perlengkapan kantor, sewa dan asuransi	471	768
Penyusutan	471	391
Utilitas dan komunikasi	331	276
Perbaikan dan pemeliharaan	218	164
Penurunan nilai piutang usaha	-	77
Lain-lain	5.050	3.942
Jumlah	170.138	142.099

24. SELLING EXPENSES

	2014	2013
Pemasaran	68.318	60.704
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	47.053	41.486
Lisensi	25.974	12.474
Transportasi	20.481	20.982
Sewa	1.771	835
Perlengkapan kantor, sewa dan asuransi	471	768
Penyusutan	471	391
Utilitas dan komunikasi	331	276
Perbaikan dan pemeliharaan	218	164
Penurunan nilai piutang usaha	-	77
Lain-lain	5.050	3.942
Jumlah	170.138	142.099

25. BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI

	2014	2013
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	41.643	39.215
Sewa, perijinan dan asuransi	7.685	5.117
Penyusutan	6.612	5.853
Estimasi imbalan kerja	4.797	4.923
Transportasi dan komunikasi	5.754	7.867
Tenaga kerja lainnya	3.610	9.641
Air, listrik, alat tulis dan cetakan	2.845	6.613
Perbaikan dan pemeliharaan	1.800	1.515
Administrasi dan provisi	1.764	275
Pajak dan honorarium	884	1.489
Amortisasi	700	700
Representasi dan perjalanan dinas	354	731
Keanggotaan	98	90
Lain-lain	428	953
Jumlah	78.974	84.982

25. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

	2014	2013
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	41.643	39.215
Sewa, perijinan dan asuransi	7.685	5.117
Penyusutan	6.612	5.853
Estimasi imbalan kerja	4.797	4.923
Transportasi dan komunikasi	5.754	7.867
Tenaga kerja lainnya	3.610	9.641
Air, listrik, alat tulis dan cetakan	2.845	6.613
Perbaikan dan pemeliharaan	1.800	1.515
Administrasi dan provisi	1.764	275
Pajak dan honorarium	884	1.489
Amortisasi	700	700
Representasi dan perjalanan dinas	354	731
Keanggotaan	98	90
Lain-lain	428	953
Jumlah	78.974	84.982

The original financial statements
Included herein are in Indonesian language

Ekshibit E/46

Exhibit E/46

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA 31 DESEMBER 2016
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2016
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

23. BEBAN POKOK PENJUALAN (Lanjutan)

23. COST OF GOODS SOLD (Continued)

	2016	2015	
Barang dalam proses - Awal	4.553	9.729	Work in process - Beginning
Barang dalam proses - Akhir	(3.094)	(4.553)	Work in process - Ending
Beban pokok produksi	436.593	345.046	Total manufacturing cost
Barang jadi - Awal	41.862	34.256	Finished goods - Beginning
Pembelian	2.040	7.159	Purchases
Sampel marketing	(9.584)	(14.576)	Marketing sample
Barang jadi - Akhir	(43.083)	(41.862)	Finished goods - Ending
Beban Pokok Penjualan	427.828	330.023	Cost of goods sold

Berdasarkan penelaahan terhadap kondisi fisik persediaan pada akhir tahun, manajemen berpendapat bahwa penyisihan persediaan usang tidak diperlukan.

Based on the review of the physical condition of inventories at the end of the year, the management believes that no allowance for inventory obsolescence is necessary to be provided.

Rincian pemasok dengan nilai pembelian bahan baku, bahan kemasan dan bahan pembantu yang melebihi 10% dari total pembelian bersih Perusahaan adalah sebagai berikut:

The details of suppliers whose purchase value of raw materials, packaging materials and indirect materials exceeded 10% of the Company's total net purchases are as follows:

	2016	2015	
PT Indo Tirta Abadi	-	67.305	PT Indo Tirta Abadi

24. BEBAN PENJUALAN

24. SELLING EXPENSES

	2016	2015	
Pemasaran	149.238	98.939	Marketing
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	61.181	56.382	Salaries and other employee allowances
Transportasi	39.847	28.896	Transportation
Lisensi	38.368	25.148	Licenses
Sewa	2.153	2.664	Rentals
Penurunan nilai piutang usaha	928	807	Impairment of trade receivables
Perlengkapan kantor, sewa dan asuransi	764	721	Office equipment, rentals and insurance
Penyusutan (Catatan 10)	459	656	Depreciation (Note 10)
Utilitas dan komunikasi	332	266	Utility and communications
Perbaikan dan pemeliharaan	208	255	Repairs and maintenance
Lain-lain	4.777	5.138	Others
Jumlah	298.265	219.872	Total

25. BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI

25. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

	2016	2015	
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	30.863	26.225	Salaries and other employee allowances
Tenaga kerja lainnya	11.637	8.932	Other employment
Transportasi dan komunikasi	8.952	6.357	Transportation and communications
Penyusutan (Catatan 10)	8.680	7.093	Depreciation (Note 10)
Estimasi imbalan kerja	8.251	7.265	Estimated employee benefit
Air, listrik, alat tulis dan cetakan	5.605	4.563	Water, electricity, stationery and printing
Sewa, perijinan dan asuransi	3.859	3.663	Rentals, licences and insurance
Pajak dan honorarium	3.237	2.631	Taxes and honorarium

These Financial Statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit B

Exhibit B

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
LAPORAN LABA RUGI DAN
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2016
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND
OTHER COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2016
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	2 0 1 6	2 0 1 5	
PENJUALAN BERSIH	22,32	887.663	669.725	NET SALES
BEBAN POKOK PENJUALAN	23,32	(427.828)	(330.023)	COST OF GOODS SOLD
LABA KOTOR		459.835	339.702	GROSS PROFIT
Beban penjualan	24,32	(298.265)	(219.872)	Selling expenses
Beban umum dan administrasi	25,32	(84.977)	(71.139)	General and administrative expenses
Beban lain-lain	26,32	(1.466)	(1.012)	Other expenses
Penghasilan lain-lain	26,32	3.197	8.428	Other income
Jumlah		(381.511)	(283.595)	Total
LABA DARI USAHA		78.324	56.107	OPERATING INCOME
Penghasilan keuangan	27,32	406	228	Finance income
Beban keuangan	28,32	(17.094)	(12.160)	Finance expenses
Jumlah		(16.688)	(11.932)	Total
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN		61.636	44.175	INCOME BEFORE INCOME TAX
BEBAN PAJAK PENGHASILAN	29a	(5.685)	(11.336)	INCOME TAX EXPENSES
LABA BERSIH TAHUN BERJALAN		55.951	32.839	PROFIT FOR THE YEAR
Penghasilan komprehensif lain				Other comprehensive income
Item yang tidak akan direklasifikasikan pada laba rugi				Items that will not be reclassified to profit or loss
Skema pengukuran manfaat imbalan pasti		91	4.513	Remeasurement on defined benefit pension schemes
Pajak terkait pos yang tidak akan direklasifikasikan		(23)	(1.128)	Tax relating to items that will not be reclassified
Penghasilan komprehensif lain tahun berjalan, pajak neto		68	3.385	Other Comprehensive income for the year, net of tax
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN		56.019	36.224	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEAR
LABA BERSIH PER SAHAM (dalam angka penuh)		95	56	NET INCOME PER SHARE (full amount)
RATA-RATA TERTIMBANG JUMLAH SAHAM BEREDAR/DITEMPATKAN (dalam angka penuh)		589.896.800	589.896.800	WEIGHTED AVERAGE NUMBER OF OUTSTANDING/ISSUED SHARES (full amount)

Lihat Catatan atas Laporan Keuangan pada Ekshibit E terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan secara keseluruhan

See accompanying Notes to Financial Statements on Exhibit E which are an integral part of the Financial Statements taken as a whole

These financial statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit B

Exhibit B

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
LAPORAN LABA RUGI DAN
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2018
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND
OTHER COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2018
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	2 0 1 8	2 0 1 7	
PENJUALAN NETO	22,32	804.302	814.490	NET SALES
BEBAN POKOK PENJUALAN	23,32	(415.212)	(375.546)	COST OF GOODS SOLD
LABA BRUTO		389.090	438.944	GROSS PROFIT
Beban penjualan	24,32	(226.946)	(289.213)	Selling expenses
Beban umum dan administrasi	25,32	(78.475)	(82.415)	General and administration expenses
Beban lain-lain	26,32	(413)	(1.044)	Other expenses
Penghasilan lain-lain	26,32	7.866	7.766	Other income
J u m l a h		(297.968)	(364.906)	T o t a l
LABA DARI USAHA		91.122	74.038	OPERATING INCOME
Penghasilan keuangan	27,32	1.895	304	Finance income
Beban keuangan	28,32	(22.957)	(23.247)	Finance expenses
J u m l a h		(21.062)	(22.943)	T o t a l
LABA SEBELUM BEBAN PAJAK PENGHASILAN		70.060	51.095	INCOME BEFORE INCOME TAX EXPENSE
BEBAN PAJAK PENGHASILAN	29a	(17.102)	(12.853)	INCOME TAX EXPENSE
LABA TAHUN BERJALAN		52.958	38.242	PROFIT FOR THE YEAR
Penghasilan komprehensif lain				Other comprehensive income
Item yang tidak akan direklasifikasikan pada laba rugi				Item that will not be reclassified to profit or loss
Skema pengukuran manfaat imbalan pasti	29b	7.926	508	Remeasurement on defined benefit pension schemes
Pajak terkait pos yang tidak akan direklasifikasikan		(1.981)	(127)	Tax relating to items that will not be reclassified
Penghasilan komprehensif lain tahun berjalan, setelah pajak		5.945	381	Other Comprehensive income for the year, net of tax
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN		58.903	38.623	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEAR
LABA PER SAHAM (dalam angka penuh)		90	65	EARNINGS PER SHARE (full amount)
RATA-RATA TERTIMBANG JUMLAH SAHAM BEREDAR/DITEMPATKAN (dalam angka penuh)		589.896.800	589.896.800	WEIGHTED AVERAGE NUMBER OF OUTSTANDING/ISSUED SHARES (full amount)

Lihat Catatan atas Laporan Keuangan pada Ekshibit E terlampir
merupakan bagian yang tidak terpisahkan
dari Laporan Keuangan secara keseluruhan

See accompanying Notes to the Financial Statements on Exhibit E
which are an integral part of
the Financial Statements taken as a whole

Jakarta, 15 Maret 2019 / 15 March 2019



Wihardjo Hadiseputro
Presiden Direktur/President Director

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA 31 DESEMBER 2018
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2018
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

21. ANALISIS JUMLAH YANG DIAKUI DI DALAM PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN (Lanjutan) 21. ANALYSIS OF AMOUNTS RECOGNISED IN OTHER COMPREHENSIVE INCOME (Continued)

	<u>Ekuitas/ Equity</u>	
Sampai dengan 31 Desember 2017		<i>Up to 31 December 2017</i>
Pos yang tidak akan direklasifikasi ke dalam laporan laba rugi:		<i>Item that will not be reclassified to profit or loss:</i>
Keuntungan aktuarial program imbalan pasti	3.508	<i>Actuarial gain on defined benefit plans</i>
Pajak-pajak terkait pos-pos yang tidak akan direklasifikasi ke dalam laporan laba rugi	<u>877)</u>	<i>Tax relating to items that will not be reclassified</i>
Saldo Akhir	<u>2.631</u>	<i>Ending Balance</i>

22. PENJUALAN

22. S A L E S

Rincian adalah sebagai berikut:

The details are as follows:

	<u>2 0 1 8</u>	<u>2 0 1 7</u>	
Air minum dalam kemasan	495.564	484.379	<i>Bottled drinking water</i>
Produk kosmetik	<u>308.738</u>	<u>330.111</u>	<i>Cosmetic products</i>
J u m l a h	<u>804.302</u>	<u>814.490</u>	<i>T o t a l</i>

23. BEBAN POKOK PENJUALAN

23. COST OF GOODS SOLD

	<u>2 0 1 8</u>	<u>2 0 1 7</u>	
Bahan baku - awal	29.544	24.947	<i>Raw materials - beginning</i>
Pembelian	96.351	88.492	<i>Purchases</i>
Bahan baku - akhir	(27.953)	(29.544)	<i>Raw materials - ending</i>
Bahan baku yang digunakan	97.942	83.895	<i>Raw materials used</i>
Beban kemasan dan bahan pembantu	216.706	168.430	<i>Packaging and indirect materials</i>
Beban tenaga kerja langsung	13.481	17.431	<i>Direct labor cost</i>
Beban pabrikasi	<u>81.566</u>	<u>83.949</u>	<i>Overhead cost</i>
Beban produksi	409.695	353.705	<i>Total manufacturing cost</i>
Barang dalam proses - awal	2.668	3.094	<i>Work in process - beginning</i>
Barang dalam proses - akhir	(4.401)	(2.668)	<i>Work in process - ending</i>
Beban pokok produksi	407.962	354.131	<i>Total manufacturing cost</i>
Barang jadi - awal	43.379	43.083	<i>Finished goods - beginning</i>
Pembelian	7.113	29.019	<i>Purchases</i>
Sampel marketing	(6.542)	(7.308)	<i>Marketing sample</i>
Barang jadi - akhir	(36.700)	(43.379)	<i>Finished goods - ending</i>
Beban pokok penjualan	<u>415.212</u>	<u>375.546</u>	<i>Cost of goods sold</i>

These financial statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit E/53

Exhibit E/53

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
TANGGAL 31 DESEMBER 2022 DAN UNTUK TAHUN YANG
BERAKHIR PADA TANGGAL TERSEBUT
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
AS OF DECEMBER 31, 2022
AND FOR THE YEAR THEN ENDED
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

25. BEBAN PENJUALAN

Rincian beban penjualan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2022 dan 2021 adalah sebagai berikut:

	2022	2021
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	37.054	32.167
Transportasi	43.837	28.994
Lisensi (Catatan 12, 31a dan 31b)	40.766	28.753
Pemasaran	22.481	15.501
Kerugian penurunan nilai atas piutang Usaha (Catatan 5)	15.226	1.255
Penyusutan (Catatan 10)	796	740
Sewa jangka pendek	788	755
Perlengkapan kantor, sewa dan asuransi	647	436
Perbaikan dan pemeliharaan	308	161
Utilitas dan komunikasi	228	175
Lain-lain	4.881	2.310
Total	167.012	111.247

25. SELLING EXPENSES

The details of selling expenses for the years ended December 31, 2022 and 2021 are as follows:

	2022	2021
Salaries and other employee allowances	37.054	32.167
Transportation	43.837	28.994
Licenses (Notes 12, 31a and 31b)	40.766	28.753
Marketing	22.481	15.501
Impairment losses on trade receivables (Note 5)	15.226	1.255
Depreciation (Note 10)	796	740
Short-term rent	788	755
Office equipment, rentals and insurance	647	436
Repairs and maintenance	308	161
Utility and communications	228	175
Others	4.881	2.310
Total	167.012	111.247

26. BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI

Rincian beban umum dan administrasi untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2022 dan 2021 adalah sebagai berikut:

	2022	2021
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	27.339	30.105
Penyusutan (Catatan 10)	6.488	6.211
Transportasi dan komunikasi	5.197	2.448
Pajak dan honorarium	4.501	5.285
Beban tenaga kerja lainnya	4.033	3.588
Sewa, perizinan dan asuransi	2.451	4.296
Imbalan pasca kerja (Catatan 18)	2.205	-
Perbaikan dan pemeliharaan	2.051	4.946
Air, listrik, alat tulis dan cetakan	1.525	1.809
Amortisasi dari aset tak berwujud (Catatan 11)	1.227	1.741
Keanggotaan	844	701
Representasi dan perjalanan dinas	711	442
Administrasi dan provisi	180	204
Lain-lain	3.794	2.081
Total	62.546	63.857

26. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

The details of general and administrative expenses for the years ended December 31, 2022 and 2021 are as follows:

	2022	2021
Salaries and other employee allowances	27.339	30.105
Depreciation (Note 10)	6.488	6.211
Transportation and communications	5.197	2.448
Taxes and honorarium	4.501	5.285
Other employment/workforce expenses	4.033	3.588
Rentals, licenses and insurance	2.451	4.296
Post-employment benefit (Note 18)	2.205	-
Repairs and maintenance	2.051	4.946
Water, electricity, stationery and printing	1.525	1.809
Amortization of an intangible asset (Note 11)	1.227	1.741
Membership	844	701
Entertainment and travelling	711	442
Administration and provision	180	204
Others	3.794	2.081
Total	62.546	63.857

These financial statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit E/52

Exhibit E/52

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
TANGGAL 31 DESEMBER 2022 DAN UNTUK TAHUN YANG
BERAKHIR PADA TANGGAL TERSEBUT
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
AS OF DECEMBER 31, 2022
AND FOR THE YEAR THEN ENDED
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

23. PENJUALAN NETO

Rincian penjualan neto adalah sebagai berikut:

	2022	2021	
Makanan dan minuman	645.446	475.319	Food and beverage
Produk kosmetik	645.546	459.756	Cosmetic products
T o t a l	1.290.992	935.075	T o t a l

Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2022 dan 2021, seluruh penjualan Perusahaan dilakukan dengan pihak ketiga.

For the years ended December 31, 2022 and 2021, all of the Company's sales are made with third parties.

Seluruh penjualan Perusahaan memenuhi kewajibannya pada suatu waktu tertentu.

All the Company's sales satisfied its performance obligation at point in time.

24. BEBAN POKOK PENJUALAN

Rincian beban pokok penjualan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2022 dan 2021 adalah sebagai berikut:

	2022	2021	
Bahan baku - awal	39.192	27.696	Raw materials - beginning
Pembelian	321.379	176.192	Purchases
Bahan baku - akhir	(52.870)	(39.192)	Raw materials - ending
Bahan baku yang digunakan	307.701	164.696	Raw materials used
Beban kemasan dan bahan pembantu	219.752	153.288	Packaging and indirect materials
Beban pabrikasi	93.843	95.029	Overhead cost
Beban tenaga kerja langsung	24.245	16.236	Direct labor cost
Beban produksi	645.541	429.249	Total manufacturing cost
Barang dalam proses - awal	3.842	2.643	Work in process - beginning
Barang dalam proses - akhir	(5.015)	(3.842)	Work in process - ending
Harga pokok produksi	644.368	428.050	Cost of goods manufactured
Barang jadi - awal	23.690	23.428	Finished goods - beginning
Pembelian	8.390	8.087	Purchases
Sampel marketing	(3.986)	(368)	Marketing samples
Barang jadi - akhir	(52.222)	(23.690)	Finished goods - ending
T o t a l	620.240	435.507	T o t a l

Rincian pemasok dengan nilai pembelian bahan baku, bahan kemasan dan bahan pembantu yang melebihi 10% dari total pembelian bersih Perusahaan adalah sebagai berikut:

The details of supplier whose purchase value of raw materials, packaging materials and indirect materials exceeded 10% of the Company's total net purchases are as follows:

	2022	2021	
PT Indo Tirta Abadi	50.699	22.995	PT Indo Tirta Abadi

These financial statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit B

Exhibit B

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
LAPORAN LABA RUGI DAN
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2022
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND
OTHER COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2022
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2022	Catatan/ Notes	2021	
Penjualan neto	1.290.992	2t,23,33	935.075	NET SALES
Beban pokok penjualan	(620.240)	2t,24,33	(435.507)	COST OF GOODS SOLD
LABA BRUTO	670.752		499.568	GROSS PROFIT
Beban penjualan	(167.012)	2t,25	(111.247)	Selling expenses
Beban umum dan administrasi	(62.546)	2t,26	(63.857)	General and administrative expenses
Beban lain-lain	(1.635)	27,33	(33)	Other expenses
Penghasilan lain-lain	12.978	27,33	3.790	Other income
T o t a l	(218.215)		(171.347)	T o t a l
LABA DARI USAHA	452.537		328.221	PROFIT FROM OPERATIONS
Penghasilan keuangan	12.192	28,33	10.354	Finance income
Beban keuangan	(421)	29,33	(747)	Finance expenses
N e t	11.771		9.607	N e t
LABA SEBELUM BEBAN PAJAK PENGHASILAN	464.308		337.828	PROFIT BEFORE INCOME TAX EXPENSE
BEBAN PAJAK PENGHASILAN - NETO	(99.336)	2u,30a,33	(72.070)	INCOME TAX EXPENSE - NET
LABA TAHUN BERJALAN	364.972		265.758	PROFIT FOR THE YEAR
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN				OTHER COMPREHENSIVE INCOME
Pos yang tidak akan direklasifikasikan pada laba rugi				Item that will not be reclassified to profit or loss
Pengukuran kembali liabilitas imbalan pasca-kerja	61		4.552	Remeasurement of post-employment benefits liability
Pajak terkait pos yang tidak akan direklasifikasikan:				Tax relating to items that will not be reclassified:
Pajak tangguhan tahun ini	(14)		(1.001)	Deferred tax for the year
Penghasilan komprehensif lain tahun berjalan, setelah pajak	47	18	3.551	Other comprehensive income for the year year, net of tax
TOTAL PENGHASILAN KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN	365.019		269.309	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEAR
LABA PER SAHAM (dalam angka penuh)	619	2y	451	EARNINGS PER SHARE (full amount)
RATA-RATA TERTIMBANG JUMLAH SAHAM BEREDAR/DITEMPATKAN (dalam angka penuh)	589.896.800		589.896.800	WEIGHTED AVERAGE NUMBER OF OUTSTANDING/ISSUED SHARES (full amount)

Lihat Catatan atas Laporan Keuangan pada Ekshibit E terlampir
yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan
dari Laporan Keuangan secara keseluruhan

See accompanying Notes to the Financial Statements on Exhibit E
which are an integral part of
the Financial Statements taken as a whole

Jakarta, Indonesia
30 Maret 2023/March 30, 2023


Wihardjo Hadiseputro
Direktur Utama / President Director

These financial statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit E/55

Exhibit E/55

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
TANGGAL 31 DESEMBER 2020 DAN UNTUK TAHUN YANG
BERAKHIR PADA TANGGAL TERSEBUT
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
AS OF 31 DECEMBER 2020
AND FOR THE YEAR THEN ENDED
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

22. BEBAN PENJUALAN

Rincian beban penjualan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2020 dan 2019 adalah sebagai berikut:

	2020	2019
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	32.507	38.586
Transportasi	25.425	39.732
Lisensi (Catatan 10, 28a dan 28b)	19.588	25.037
Pemasaran	14.960	28.746
Penyusutan (Catatan 8)	955	513
Sewa	705	1.404
Perlengkapan kantor, sewa dan asuransi	419	904
Utilitas dan komunikasi	178	261
Perbaikan dan pemeliharaan	124	148
Lain-lain	3.393	4.860
Total	98.254	140.191

22. SELLING EXPENSES

The details of selling expenses for the years ended 31 December 2020 and 2019 are as follows:

Salaries and other employee allowances
Transportation
Licenses (Notes 10, 28a and 28b)
Marketing
Depreciation (Note 8)
Rentals
Office equipment, rentals and insurance
Utility and communications
Repairs and maintenance
Others

Total

23. BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI

Rincian beban umum dan administrasi untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2020 dan 2019 adalah sebagai berikut:

	2020	2019
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	26.809	28.586
Penyusutan (Catatan 8)	9.016	7.716
Estimasi imbalan kerja	8.695	9.151
Sewa, perizinan dan asuransi	4.779	5.178
Tenaga kerja lainnya	3.855	6.883
Perbaikan dan pemeliharaan	3.278	1.542
Transportasi dan komunikasi	2.939	7.142
Pajak dan honorarium	2.362	5.215
Air, listrik, alat tulis dan cetakan	2.077	2.242
Amortisasi (Catatan 9)	1.789	1.337
Keanggotaan	647	607
Representasi dan perjalanan dinas	543	1.355
Administrasi dan provisi	185	215
Lain-lain	909	1.373
Total	67.883	78.542

23. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

The details of general and administrative expenses for the years ended 31 December 2020 and 2019 are as follows:

Salaries and other employee allowances
Depreciation (Note 8)
Estimated employee benefit
Rentals, licenses and insurance
Other employment
Repairs and maintenance
Transportation and communications
Taxes and honorarium
Water, electricity, stationery and printing
Amortization (Note 9)
Membership
Entertainment and travelling
Administration and provision
Others

Total

These financial statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit E/54

Exhibit E/54

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
TANGGAL 31 DESEMBER 2020 DAN UNTUK TAHUN YANG
BERAKHIR PADA TANGGAL TERSEBUT
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
AS OF 31 DECEMBER 2020
AND FOR THE YEAR THEN ENDED
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

21. BEBAN POKOK PENJUALAN

21. COST OF GOODS SOLD

Rincian beban pokok penjualan untuk tahun yang
berakhir pada tanggal 31 Desember 2020 dan 2019
adalah sebagai berikut:

The details of cost of goods sold for the years ended 31
December 2020 and 2019 are as follows:

	2020	2019	
Bahan baku - awal	15.283	27.953	Raw materials - beginning
Pembelian	102.358	68.808	Purchases
Bahan baku - akhir	(27.696)	(15.283)	Raw materials - ending
Bahan baku yang digunakan	89.945	81.478	Raw materials used
Beban kemasan dan bahan pembantu	128.616	226.439	Packaging and indirect materials
Beban tenaga kerja langsung	10.693	11.876	Direct labor cost
Beban pabrikasi	88.263	85.163	Overhead cost
Beban produksi	317.517	404.956	Total manufacturing cost
Barang dalam proses - awal	2.595	4.400	Work in process - beginning
Barang dalam proses - akhir	(2.643)	(2.595)	Work in process - ending
Beban pokok produksi	317.469	406.761	Total manufacturing cost
Barang jadi - awal	31.452	36.700	Finished goods - beginning
Pembelian	9.611	10.150	Purchases
Sampel marketing	(4.305)	(4.878)	Marketing sample
Barang jadi - akhir	(23.428)	(31.452)	Finished goods - ending
T o t a l	330.799	417.281	T o t a l

Rincian pemasok dengan nilai pembelian bahan baku,
bahan kemasan dan bahan pembantu yang melebihi 10%
dari total pembelian bersih Perusahaan adalah sebagai
berikut:

The details of suppliers whose purchase value of raw
materials, packaging materials and indirect materials
exceeded 10% of the Company's total net purchases are
as follows:

	2020	2019	
PT Indo Tirta Abadi	27.308	40.878	PT Indo Tirta Abadi
PT Petnesia Resindo	-	33.845	PT Petnesia Resindo

These financial statements are originally issued
in Indonesian language

Ekshibit B

Exhibit B

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
LAPORAN LABA RUGI DAN
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2020
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND
OTHER COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2020
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	2020	2019	
PENJUALAN NETO	20, 30, 35	673.364	764.703	NET SALES
BEBAN POKOK PENJUALAN	21, 30	(330.799)	(417.281)	COST OF GOODS SOLD
LABA BRUTO		342.565	347.422	GROSS PROFIT
Beban penjualan	22, 30, 35	(98.254)	(140.191)	Selling expenses
Beban umum dan administrasi	23, 30	(67.883)	(78.542)	General and administrative expenses
Beban lain-lain	24, 30	(17.762)	(11.173)	Other expenses
Penghasilan lain-lain	24, 30	3.296	3.202	Other Income
T o t a l		(180.603)	(226.704)	T o t a l
LABA DARI USAHA		161.962	120.718	PROFIT FROM OPERATIONS
Penghasilan keuangan	25	6.795	4.939	Finance income
Beban keuangan	26	(838)	(15.478)	Finance expenses
T o t a l		5.957	(10.539)	T o t a l
LABA SEBELUM BEBAN PAJAK PENGHASILAN		167.919	110.179	PROFIT BEFORE INCOME TAX EXPENSE
BEBAN PAJAK PENGHASILAN	27a	(32.130)	(26.294)	INCOME TAX EXPENSE
LABA TAHUN BERJALAN		135.789	83.885	PROFIT FOR THE YEAR
Penghasilan komprehensif lain				Other comprehensive income
Pos yang tidak akan direklasifikasikan pada laba rugi				Item that will not be reclassified to profit or loss
Pengukuran kembali liabilitas imbalan pasca-kerja	16, 27b	(581)	2.852	Remeasurement of post employment benefit liability
Pajak terkait pos yang tidak akan direklasifikasikan:				Tax relating to items that will not be reclassified:
Pajak tangguhan tahun ini		128	(714)	Deferred tax for the year
Dampak perubahan tarif pajak		429	-	Impact of change in tax rate
Neto		557	(714)	Net
Penghasilan (kerugian) komprehensif lain tahun berjalan, setelah pajak		(24)	2.138	Other comprehensive income (loss) for the year, net of tax
TOTAL PENGHASILAN KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN		135.765	86.023	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEAR
LABA PER SAHAM (dalam angka penuh)		230	142	EARNINGS PER SHARE (full amount)
RATA-RATA TERTIMBANG JUMLAH SAHAM BEREDAR/DITEMPATKAN (dalam angka penuh)		589.896.800	589.896.800	WEIGHTED AVERAGE NUMBER OF OUTSTANDING/ISSUED SHARES (full amount)

Lihat Catatan atas Laporan Keuangan pada Ekshibit E terlampir
merupakan bagian yang tidak terpisahkan
dari Laporan Keuangan secara keseluruhan

See accompanying Notes to the Financial Statements on Exhibit E
which are an integral part of
the Financial Statements taken as a whole

Jakarta, 30 April/April 2021



Wihardjo Hadiseputro
Presiden Direktur/President Director

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA 31 DESEMBER 2018
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2018
(Expressed in Millions of Rupiah, unless otherwise stated)

23. BEBAN POKOK PENJUALAN (Lanjutan)

Berdasarkan penelaahan terhadap kondisi fisik persediaan pada akhir tahun, manajemen berpendapat bahwa penyisihan persediaan usang tidak diperlukan.

Rincian pemasok dengan nilai pembelian bahan baku, bahan kemasan dan bahan pembantu yang melebihi 10% dari total pembelian bersih Entitas adalah sebagai berikut:

	2018	2017	
PT Petnesia Resindo	65.271	48.921	PT Petnesia Resindo
PT Indo Tirta Abadi	41.467	24.907	PT Indo Tirta Abadi

23. COST OF GOODS SOLD (Continued)

Based on the review of the physical condition of inventories at the end of the year, the management believes that no allowance for inventory obsolescence is necessary to be provided.

The details of suppliers whose purchase value of raw materials, packaging materials and indirect materials exceeded 10% of the Company's total net purchases are as follows:

24. BEBAN PENJUALAN

	2018	2017	
Pemasaran	104.286	140.779	Marketing
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	47.991	62.338	Salaries and other employee allowances
Transportasi	38.374	37.755	Transportation
Lisensi	23.881	29.595	Licenses
Sewa	1.233	1.246	Rentals
Penyusutan (Catatan 10)	571	765	Depreciation (Note 10)
Perlengkapan kantor, sewa dan asuransi	448	467	Office equipment, rentals and insurance
Utilitas dan komunikasi	320	263	Utility and communications
Perbaikan dan pemeliharaan	161	302	Repairs and maintenance
Penurunan nilai piutang usaha	101	262	Impairment of trade receivables
Lain-lain	9.580	15.441	Others
Jumlah	226.946	289.213	Total

24. SELLING EXPENSES

25. BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI

	2018	2017	
Gaji dan tunjangan karyawan lainnya	29.170	24.169	Salaries and other employee allowances
Penyusutan (Catatan 10)	10.424	9.773	Depreciation (Note 10)
Estimasi imbalan kerja	8.168	8.475	Estimated employee benefit
Transportasi dan komunikasi	6.917	9.238	Transportation and communications
Tenaga kerja lainnya	6.383	9.847	Other employment
Sewa, perizinan dan asuransi	5.463	10.123	Rentals, licences and insurance
Pajak dan honorarium	4.160	2.169	Taxes and honorarium
Air, listrik, alat tulis dan cetakan	2.442	3.179	Water, electricity, stationery and printing
Perbaikan dan pemeliharaan	1.199	1.441	Repairs and maintenance
Representasi dan perjalanan dinas	976	652	Entertainment and travelling
Keanggotaan	660	306	Membership
Administrasi dan provisi	240	212	Administration and provision
Amortisasi	-	1	Amortization
Lain-lain	2.273	2.830	Others
Jumlah	78.475	82.415	Total

25. GENERAL AND ADMINISTRATION EXPENSES