



**PENGARUH BIAYA PEMASARAN DAN BIAYA
ADMINISTRASI DAN UMUM TERHADAP LABA
BERSIH PADA PT INDOFOOD SUKSES
MAKMUR TBK**

SKRIPSI

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

Oleh :

RINA NOVIANTI SIREGAR

NIM. 18 402 00187

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2023



**PENGARUH BIAYA PEMASARAN DAN BIAYA
ADMINISTRASI DAN UMUM TERHADAP LABA
BERSIH PADA PT INDOFOOD SUKSES
MAKMUR TBK**

SKRIPSI

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

Oleh :

**RINA NOVIANTI SIREGAR
NIM. 18 402 00187**

Pembimbing I

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

Pembimbing II

Samsuddin Muhammad, S.E., M.Si
NIP. 198612052020121007

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
Jl T. Rizal Nurdin km 4,5Sihitangkotapadangsidimpuan 22733
Telepon (0634) faximili (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. Rina Novianti Siregar
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 7 Februari 2023
Kepada Yth,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
Di -
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr.Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **RINA NOVIANTI SIREGAR** yang berjudul "**Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2001

PEMBIMBING II

Samsuddin Muhammad, S.E., M.Si.
NIP. 19861205 202012 1007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : RINA NOVIANTI SIREGAR
NIM : 1840200187
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.**

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

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

Padangsidempuan, 7 Februari 2023
Saya yang Menyatakan,



RINA NOVIANTI SIREGAR
NIM. 1840200187

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

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rina Novianti Siregar
NIM : 1840200187
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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 penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 7 Februari 2023

Yang menyatakan,



Rina Novianti Siregar

NIM. 1840200187



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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : RINA NOVIANTI SIREGAR
NIM : 18 402 00187
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Biaya Pemasaran Dan Biaya Administasi Dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Ketua

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si.
NIP. 197905252006041004

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si.
NIP. 197905252006041004

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

Ferri Alhadri, M.E
NIP. 199409282020121007

Ananda Anugrah Nasution, S.E., M.Si
NIP. 199110172020121008

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis /11 Mei 2023
Pukul : 14.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 73 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,55



**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 Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faxmile. (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk**
Nama : **Rina Novianti Siregar**
NIM : **18 402 00187**
Indeks Prestasi Kumulatif : **3,55**
Dibuat di : **Pujian**

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

Padangsidempuan, Juni 2023

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Rina Novianti Siregar
Nim : 18 402 00187
Judul : Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Skripsi Umum Terhadap Laba Bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Biaya yang dikeluarkan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., terus meningkat namun laba yang didapatkan menurun. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan akuntansi manajemen yaitu pembahasan tentang biaya pemasaran, biaya administrasi umum dan laba bersih. Teori dalam penelitian ini apabila biaya operasional meningkat, maka laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan pun meningkat. Biaya operasional terdiri dari biaya pemasaran, biaya promosi, biaya administrasi dan umum.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dari satu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Jakarta Islamic Indeks (JII) dari tahun 2014-2022 per triwulan dengan jumlah 35 sampel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 25.

Hasil uji t menunjukkan biaya pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih. Sedangkan variabel biaya administrasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih. Pada Uji F biaya pemasaran dan administrasi umum memiliki pengaruh secara simultan terhadap laba bersih. Maka dalam peningkatan laba bersih, sebaiknya perusahaan meningkatkan biaya pemasaran dalam memasarkan produknya, karena setiap kenaikan biaya pemasaran dapat meningkatkan laba bersih.

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

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (SYAHADA) Padangsidempuan.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr.

Erawadi. M. Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanudddin, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati Lubis, M.P, selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. selaku Pembimbing I dan Bapak Samsuddin Muhammad, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti

untuk memperoleh buku-buku yang diperlukan oleh peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teristimewa untuk (Alm) Bapak Zulkarnaen Siregar selaku orangtua peneliti yang telah meninggal ketika peneliti menempuh pendidikan SMK kelas X. Semoga Beliau bangga dengan perjuangan anaknya, dan Ibunda Annisa Nasution yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya. Memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini. Memberikan doa yang tiada hentinya serta perjuangan yang tiada mengenal lelah untuk pendidikan peneliti. Dan untuk kedua saudara peneliti yakni Kakanda Desi Febriani Siregar, dan Adik saya Rayhan Habibi Siregar, serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada teman-teman peneliti yaitu Ahmad Saefullah, Fitri Meliana Pulungan, Aisyah Fitri Utami Daulay, Putri Kartika Ariyani, Salawati, Amelia Novita Sari, Annisa Syam Ismailiyah Siregar, dan Tiar Sartikaori yang selalu memberikan semangat untuk peneliti.
9. Terimakasih kepada HIMADIKSI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, dan Himpunan Mahasiswa Prodi Ekonomi

Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, yang telah memberikan banyak ilmu baru, pengalaman dan juga dukungan kepada peneliti.

10. Terimakasih kepada teman-teman keluarga besar Akuntansi Keuangan 2 (AK2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
11. Terimakasih kepada temana-teman KKL Desa Suka Maju, yang mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih kepada teman-teman Magang PT. Pelindo Cabang Sibolga yang memberikan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam meyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

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

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

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

Padangsidempuan,
Peneliti

2023

RINA NOVIANTI SIREGAR
NIM. 18 402 00187

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ? ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah

و.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas
--------	----------------	---	---------------------

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

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

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

D. *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.

E. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

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

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

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri

dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

I. Tajwid

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	11
1. Laba Bersih	11
2. Biaya Pemasaran	17
3. Biaya Administrasi dan Umum.....	19
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
B. Jenis Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi	30
2. Sampel.....	31
D. Teknik Pengambilan Data.....	31
E. Analisis Data	32
1. Analisis Statistik Deskriptif	32
2. Uji Normalitas	32

3. Uji Asumsi Klasik	33
a) Uji Multikolinearitas	33
b) Uji Heteroskedastisitas	33
c) Uji Auto Korelasi	34
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
5. Uji Hipotesis.....	35
a) Uji Parsial (Uji-t)	35
b) Uji Simultan (Uji-F).....	36
c) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
Error! Bookmark not defined.8	
1. Sejarah Singkat dan Perkembangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	38
2. Struktur Organisasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	39
3. Visi, Misi, dan Tujuan Pendirian PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	44
B. Deskriptif Hasil Penelitian	45
1. Laba Bersih	45
2. Biaya Pemasaran	47
3. Biaya Administrasi dan Umum	50
C. Hasil Analisis Penelitian	53
1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	53
2. Hasil Uji Normalitas.....	54
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
5. Hasil Uji Hipotesis	59
D. Pembahasan Hasil Penelitian	62
E. Keterbatasan Penelitian	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1	: Data Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.....	5
Tabel I.2	: Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II. 1	: Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel IV. 1	: Perkembangan Laba Bersih.....	45
Tabel IV. 2	: Perkembangan Biaya Pemasaran.....	48
Tabel IV. 3	: Perkembangan Biaya Administrasi dan Umum	50
Tabel IV.4	: Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	53
Tabel IV. 5	: Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel IV.6	: Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel IV. 7	: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel IV. 8	: Hasil Uji Autokorelasi.....	57
Tabel IV. 9	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel IV. 10	: Hasil Uji-T.....	60
Tabel IV. 11	: Hasil Uji-F.....	60
Tabel IV. 12	: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II. 1 : Kerangka Pikir.....	28
Gambar IV.1 : Struktur Organisasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.....	41

DAFTAR GRAFIK

		Halaman
Grafik IV.1	: Perkembangan Laba Bersih.....	47
Grafik IV.2	: Perkembangan Biaya Pemasaran.....	50
Grafik IV.3	: Perkembangan Biaya Administrasi dan Umum.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era masyarakat ekonomi ASEAN, banyak sekali sektor usaha yang ada di Indonesia, khususnya perindustrian yang telah menjadi pusat perhatian dari para pelaku ekonomi. Banyak dari kelompok orang yang mulai mengikuti perkembangan industri yang ada di Indonesia, khususnya para investor. Para investor percaya, kalau industri tertentu memiliki peluang untuk berkembang. Hal ini tentunya memicu minat investor agar menginvestasikan modalnya ke satu atau beberapa perusahaan, supaya mereka mendapatkan keuntungan dari hasil investasi modal tersebut.

Biasanya para investor menginvestasikan modalnya ke beberapa perseroan terbatas. Perseroan Terbatas yaitu bangunan yang didirikan oleh beberapa orang dengan modal usaha mereka sendiri, yang mana terbagi dalam satu atau lebih saham. Kekayaan yang didapatkan oleh para pemegang saham dibagi dengan seberapa besar modal pemegang saham masing-masing ketika mendirikan perusahaan.¹ Salah satu perseroan terbatas yang diminati oleh para investor untuk berinvestasi adalah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

¹Nurul Ihsan, "Tinjauan Mengenai Bentuk-Bentuk Perusahaan Dalam Konsep Ekonomi Konvensional Dan Fiqh Islam," *Jurnal Ekonomi Islam*, 1, 3 (2013).

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan produsen berbagai makanan, minuman, minyak goreng, bumbu kemasan, dan pembuatan karung tepung yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990 dengan nama PT. Panganjaya Intikusuma, dan pada tanggal 5 Februari 1994 berubah nama menjadi Indofood Sukses Makmur. Produk Indofood yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari seperti Indomilk, Ichi Ocha, Indomie, Qtela, dan masih banyak lagi. Perusahaan ini sudah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tepatnya pada tanggal 14 Juli 1994.

Selain terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, PT. Indofood Sukses Makmur terdaftar pada Jakarta *Islamic Index*. Adapun kriteria dalam menentukan saham syariah antara lain: sesuai dengan syariat islam(yaitu dengan tidak adanya perjudian, jasa keuangan ribawi, transaksi yang mengandung suap, dan sebagainya), dan memenuhi rasio keuangan. Kriteria ini sudah diatur dalam Keputusan Bapepam LK II K.1 Tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah.²

Keputusan para investor yang menginvestasikan modalnya ke perseroan terbatas, diantaranya untuk mendapatkan laba. Dalam mencapai laba, tidak lepas dengan yang namanya penjualan dan biaya operasional, karena penjualan dan biaya operasional merupakan suatu pengorbanan

²Yoyok Prasetyo, "Rasio Keuangan Sebagai Kriteria Saham Syariah," *Jurnal Ekuibis*, 2, 1 (2017).

perusahaan dalam rangka mencapai tujuan untuk mendapatkan laba.³ Seperti halnya laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., yang mana mengalami fluktuasi pada tahun 2014-2022. Hal ini menyebabkan dampak dalam keberlangsungan perusahaan.

Secara teori, faktor-faktor yang termasuk dalam laba bersih yaitu: biaya, harga jual, serta volume penjualan dan produksi. Laba bersih terkadang disebut pendapatan atau laba secara keseluruhan untuk mengukur kinerja dari suatu perusahaan. Laba bersih mencerminkan pencapaian dari suatu perusahaan (penghasilan) dalam hubungan terhadap usaha (biaya-biaya) selama satu periode tertentu. Jika penghasilan melebihi biaya-biaya hasilnya disebut laba bersih.⁴

Besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh besar kecilnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan tingkat penjualan di pasaran. Peningkatan laba pada perusahaan tidak terlepas dari indikator-indikator yang mendukung, diantaranya pengeluaran biaya produksi dan biaya pemasaran yang diharapkan memberikan sumbangan terhadap pembentukan laba dalam perusahaan.⁵ Selain itu, Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi baik itu biaya

³Abdul Nasser, *Akuntansi Keuangan Menengah*, (Jakarta: Kencana, 2020), (Jakarta: Kencana, 2020): 59.

⁴Irpan Januarsah, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan," *Jurnal Akuntansi*, 1, 5 (2019): 4.

⁵Asep Mulyana, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015," *Jurnal Manajemen Indonesia*, 3, 17 (2017): 4.

produksi maupun biaya operasional merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi laba.⁶

Salah satu visi misi dari PT.Indofood Sukses Makmur Tbk ini yaitu mendapat laba dan meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi, dan teknologi. Maka dari itu, agar visi misi perusahaan tercapai, maka manajemen perlu memperhatikan manajemen laba bersih pertriwulan ataupun pertahunnya, agar bisa menjadi gambaran untuk mendapat laba yang lebih maksimal dimasa mendatang.

Tabel I.1
Data Laporan Keuangan
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
Tahun 2014-2022
(Disajikan dalam jutaan Rupiah)

No	Tahun	Biaya Pemasaran	Biaya Administrasi dan Umum	Laba Bersih
1	2014	6.247.224	3.928.237	5.146.323
2	2015	6.885.612	2.581.156	3.709.501
3	2016	7.168.040	3.988.897	5.266.906
4	2017	7.237.120	4.070.151	5.145.063
5	2018	7.817.444	4.466.279	4.961.851
6	2019	8.489.356	4.697.173	5.902.729
7	2020	9.007.860	5.087.140	8.752.066
8	2021	10.049.196	5.314.871	11.203.585
9	2022	8.013.695	3.622.464	6.683.699

Sumber : Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Berdasarkan data pada tabel diatas, biaya pemasaran dan biaya operasional pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2014 hingga tahun 2022 mengalami fluktuasi. Terlihat pada tahun 2015, biaya pemasaran pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk mengalami kenaikan

⁶Olivia Michelle Pranajaya dan Susanti Widhiastuti, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia" 5 (2021): 2.

namun laba bersih mengalami penurunan. Begitu pula pada tahun 2018, biaya pemasaran pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk mengalami kenaikan, namun laba bersih mengalami penurunan. Hal ini sejalan dengan penelitian tidak sejalan dengan penelitian Masta Sembiring yang menjelaskan jika biaya pemasaran terhadap laba bersih berpengaruh positif, yang artinya biaya pemasaran dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi peningkatan laba bersih.⁷ Namun, hal ini tidak sejalan dengan penelitian Yaya Suharya yang menyatakan jika biaya pemasaran berpengaruh negatif terhadap laba bersih, yang artinya biaya pemasaran tidak menjadi salah satu faktor dalam peningkatan laba.⁸

Biaya administrasi dan umum pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2017-2018 mengalami kenaikan, namun laba bersih mengalami penurunan. Hal ini sejalan dengan penelitian Windi Wahyuni Simanjuntak yang menjelaskan jika biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih, yang artinya biaya administrasi dan umum dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi peningkatan laba. Namun, pada penelitian Dhani Aprilyana menjelaskan jika biaya administrasi dan umum tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, yang artinya biaya administrasi dan umum tidak dapat menjadi salah satu faktor dalam peningkatan laba.⁹

⁷Masta Sembiring dan Siti Aisyah Siregar, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih," 3, 2 (2018).

⁸Yaya Suharya, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food," *Jurnal Bina Akuntansi*, 2, 8 (2021): 1.

⁹Dhani Aprilyana, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada UKM Keripik Sehi Sukabumi," *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*, 1, 1 (2020): 7.

Oleh karena itu, fenomena ini tidak sesuai dengan Jumingan dalam buku yang berjudul *Analisis Laporan Keuangan*, biaya operasional itu sendiri yaitu semua biaya yang menunjang penyelenggaraan pelayanan jasa atau semua biaya yang dapat didefinisikan mempunyai hubungan langsung dengan penyelenggaraan pelayanan jasa, dimana jika perusahaan semakin baik menggunakan biaya operasional, meningkatkan pemasaran atau meningkatkan gaji karyawan yang akan menunjang penjualan meningkat, maka laba yang akan diperoleh perusahaan juga akan mengalami peningkatan.¹⁰

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, contohnya biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum, yang mana bisa memberikan pengaruh terhadap laba bersih yang diterima, dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.”**

B. Identifikasi Masalah

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

1. Terjadi perubahan laba pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk, dan memberikan perubahan yang tidak menetap dari tahun 2015-2022

¹⁰Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (PT Bumi Aksara, t.t.).

2. Kenaikan biaya pemasaran tidak menjamin meningkatnya laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan. Seperti halnya pada tahun 2015 dan tahun 2018 yang mengalami kenaikan biaya pemasaran, namun laba bersih yang didapatkan meningkat dari tahun sebelumnya.
3. Kenaikan biaya administrasi dan umum tidak menjamin meningkatnya laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan. Seperti halnya pada tahun 2017-2018 yang mengalami kenaikan biaya administrasi dan umum, namun laba bersih yang didapatkan meningkat dari tahun sebelumnya.
4. Ketidaksesuaian antara teori dengan kenyataan dalam menilai laba bersih di PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah, supaya penelitian ini tidak terlalu luas dan juga supaya lebih terarah, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2014-2022. Jadi, penelitian ini mempunyai dua variabel, pertama variabel independen dan kedua variabel dependen. Yang mana biaya bahan pemasaran dan biaya administrasi dan umum yang menjadi variabel independen, dan laba bersih yang menjadi variabel dependen.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang mempengaruhi terjadinya variabel terikat merupakan definisi dari variabel bebas. Sedangkan, variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas, disebut dengan variabel terikat. Definisi tentang variabel yang ada pada penelitian “Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Laba Bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2014-2022”, yaitu :

Jenis Variabel	Definisi Variabel	Skala Pengukuran
Laba Bersih (Y)	Laba bersih yaitu pendapatan dari suatu usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan, setelah dihitung bunga dan pajak.	Rasio
Biaya Pemasaran/Penjualan (X1)	Biaya pemasaran/Penjualan yaitu keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendistribusikan barang dagangannya hingga sampai ke tangan konsumen.	Rasio
Biaya Administrasi dan Umum (X2)	Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang digunakan untuk menampung keseluruhan biayaa operasional kantor.	Rasio

E. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah yang ada, maka rumusan masalahnya yaitu :

1. Apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk?

2. Apakah biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk?
3. Apakah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh simultan terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk?

F. Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya administrasi dan umum terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum terhadap laba bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

G. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap jika penelitian ini bisa memberikan manfaat dan berguna, baik itu secara langsung ataupun tidak untuk seluruh pihak.

Peneliti berharap penelitian ini berguna bagi :

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap jika penelitian ini bisa menjadi tolak ukur, sejauh mana peneliti mengetahui teori yang didapat peneliti selama perkuliahan dan bermanfaat, menambah

wawasan, serta pengetahuan mengenai masalah yang terjadi dalam satu perusahaan.

2. Bagi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Peneliti berharap jika penelitian ini bisa menjadi dasar pertimbangan, referensi, dan masukan bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya.

3. Bagi Perguruan Tinggi

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

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap jika penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan juga sumber informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya, dan hasil yang akan diperoleh nantinya menjadi lebih baik dari peneliti sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Laba Bersih

a. Pengertian Laba

Laba adalah keuntungan dari suatu produk pada suatu perusahaan. Laba bersih yaitu keuntungan dari suatu usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yang telah dihitung bunga dan pajaknya. Laba bersih juga bisa diartikan dengan semua pendapatan dan juga keuntungan dalam suatu perusahaan, sesudah dihitung biaya biaya kerugian. Pengertian lain dari laba bersih yaitu pendapatan/kerugian dari operasi berjalan yang ditambah atau dikurang dengan pos-pos yang tidak biasa.¹¹

b. Jenis-Jenis Laba

Menurut Soemarso, ada empat jenis laba, yaitu :

- 1) Laba bersih, yaitu perbedaan antara penghasilan dengan beban, yang merupakan kenaikan bersih atas modal dari suatu kegiatan usaha. Ataupun seluruh keuntungan usaha perusahaan yang telah dihitung bunga dan pajak usaha.
- 2) Laba kotor, yaitu perbandingan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.

¹¹Sofia Prima, *Pengantar Akuntansi* (Bogor: IN MEDIA, 2017): 99.

- 3) Laba usaha, yaitu jumlah penghasilan yang diperoleh karena kegiatan usaha.
 - 4) Laba ditahan, yaitu jumlah akumulasi laba bersih dikurangi distribusi laba.
- c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Laba
- 1) Biaya, adalah pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh suatu produk atau jasa.
 - 2) Harga jual, yaitu harga yang ditentukan untuk menjual suatu produk atau jasa yang dapat memberi pengaruh pada volume penjualan perusahaan
 - 3) Volume penjualan dan produksi, yaitu besarnya volume penjualan dan produksi yang dapat berpengaruh pada besar atau kecilnya biaya produksi.¹²
- d. Laba Bersih dalam Perspektif Islam

Imam Al-Ghazali dalam pemikirannya mengemukakan bahwa Allah swt. telah memerintahkan kepada kita agar senantiasa berpegang kepada nilai-nilai keadilan dan kebajikan dalam segala urusan bisnis. Sebab, kebajikan merupakan penyebab dari keberhasilan dan diraihnya kebahagiaan yang dalam melakukan perniagaan, yang dapat dimisalkan sebagai laba yang diperoleh. Bagi orang yang berakal sehat, tentu saja ia tidak akan merasa puas

¹²Irpan Januarsah, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan," *Jurnal Akuntansi*, 1, 5 (2019): 4.

dengan modalnya saja, tanpa memperoleh laba sedikitpun dalam berbisnis. Namun, dalam mengejar laba juga tidak semestinya melakukan kezaliman dan meninggalkan kebajikan. Sedangkan dasar hukumnya adalah firman Allah swt. dalam surah al-Qashash ayat 77:

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ انِّكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَتَّبِعْ نَصِيْبَكَ مِنْ

الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي

الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Menurut Imam Al-Ghazali; meskipun mengambil keuntungan ketika melakukan penjualan sesuatu (barang ataupun jasa) merupakan sesuatu yang diperbolehkan, mengingat melakukan yang demikian itu memang tujuan utamanya, namun tidak sepatutnya seseorang meraih keuntungan dari (atau dengan kata lain dapat atau telah menimbulkan kerugian pada) si pembeli lebih dari apa yang dianggap wajar menurut kebiasaan yang berlaku. Karena itu, hendaklah ditempuh dengan cara yang wajar pula melakukannya. Apabila terdapat unsur penipuan dengan cara menyembunyikan terhadap harga yang wajar, maka jelas perbuatan yang demikian itu termasuk kategori kezaliman.

Jelaslah, mengambil laba melebihi kewajaran termasuk perbuatan yang zalim. Kalaupun tanpa disertai dengan penipuan, maka meninggalkan melakukan perbuatan seperti itu termasuk perbuatan ihsan. Walaupun dalam kenyataannya, jarang sekali

transaksi seperti itu terjadi kecuali dengan sejenis penipuan serta menyembunyikan harga pasaran yang berlaku.

Oleh karena itu, dalam mengambil laba ketika berbisnis ini menurut Imam Al-Ghazali ada batasannya, yaitu yang disebut sebagai kebaikan dalam bertransaksi jual beli ialah dengan mengambil keuntungan sebanyak setengah (sebesar 5%) atau satu dirham (sebanyak 10%) dalam setiap sepuluh dirham, seperti berlaku pada barang dan sesuai dengan kondisi setempat. Barangsiapa yang merasa cukup puas dengan laba yang sedikit, pasti akan laris dagangannya, dan selanjutnya ia akan memperoleh lebih banyak laba, sehingga makin banyak pula penjualan yang berhasil ia lakukan. Dengan itu pula akan tampak berkahnya.

Dapat dikatakan bahwa, patokan laba yang pantas menurut Imam Al-Ghazali adalah berkisar 5% sampai 10% saja dari modal. Karena itu, jika modal pembelian suatu barang adalah sebesar 1.000 dirham, maka dibolehkan dijual dengan harga 1.050 sampai 1.100 dirham saja.

Alasannya, kalau memperhatikan sejarah Khalifah Ali ra. mempunyai kebiasaan berkeliling pasar di kota Kufah sambil berkata kepada para pedagang: "wahai para pedagang, jangan mengambil keuntungan kecuali yang secara wajar menjadi hak kalian, niscara kalian akan selamat. Jangan menolak laba yang jumlahnya sedikit, agar kalian tidak terhalang dari memperoleh yang banyak.

Alasan lainnya adalah sebuah riwayat, yaitu pernah ditanyakan kepada Abdurrahman bin 'Auf ra.: "apa yang menjadi penyebab kekayaan anda? Jawabnya: ada tiga hal, (1) Aku tidak pernah sekalipun menolak menerima laba walaupun hanya sedikit, (2) Tidak pernah aku menunda penjualan daganganku setiap kali ada yang memerlukannya, dan (3) Tidak pernah aku menjual dengan cara kredit.

Selain yang demikian itu, Imam Al-Ghazali juga menyoroti tentang laba yang diperoleh pedagang dari pembeli yang miskin, yaitu manakala seorang membeli bahan makanan atau sesuatu lainnya dari orang miskin, hendaklah tidak mempersulitnya dan tidak pula merasa tertipu seandainya harga yang dibayarkan sedikit lebih mahal dari pedagang lainnya, sikap seperti ini jelas termasuk kebaikan.

Tegasnya, menurut Imam Al-Ghazali bahwa: sesungguhnya yang sempurna dalam transaksi bisnis itu ialah tidak melakukan penipuan dan tidak pula ditipu. Di antara cara meraih laba yang dilarang Islam yang mengandung manipulasi adalah: Hendaknya seorang pedagang itu tidak membiasakan diri dengan memuji-muji barang dagangannya. Sebab, apabila memujinya dengan suatu sifat yang tidak terdapat padanya, maka yang demikian merupakan kebohongan.

Selain itu, upaya untuk menutupi cacat pada barang dagangannya atau berbagai promosi yang dilakukan demi melariskannya, maka tidak akan menambah perolehan rezekinya bahkan menghilangkan berkahnya. Sebab, apa saja laba yang dikumpulkan dengan berbagai cara penipuan dan pengelabuan, maka pasti akan dimusnahkan Allah sekaligus pada saatnya nanti.

Begitu juga dengan laba yang diperoleh dengan jalan melakukan pemalsuan dalam segala jenisnya adalah termasuk perbuatan yang diharamkan. Mengingat kecurangan seperti itu merupakan kezaliman terhadap sesama manusia, yang tidak mungkin tertutupi dengan melakukan pertobatan. Setiap pedagang juga wajib berlaku jujur dalam menentukan harga sesuai dengan yang berlaku pada saat berlangsungnya transaksi. Karena itu, Nabi saw. melarang kebiasaan sebagian pedagang kota yang menyambut kafilah-kafilah di luar batas kota dengan membeli barang dagangannya di bawah harga pasaran yang berlaku, dengan memanfaatkan ketidaktahuan para pedagang itu.

Nabi saw. juga melarang praktik najasyi, yaitu seseorang berpura-pura menawar barang yang sedang diminati oleh seorang pembeli lain agar ia lebih terdorong untuk membelinya, meskipun dengan harga lebih tinggi dari semestinya. Dalam hal ini, meskipun tidak terjadi persekongkolan dengan pihak penjual, namun perbuatan seperti itu tetaplah haram. Adapun jika dalam

kenyataannya pihak pembeli membayar laba lebih banyak dari biasanya kepada penjual, baik karena keinginan yang sangat untuk memiliki barang tersebut, atau karena kebutuhannya untuk menggunakannya sesegara mungkin, maka sudah sepatutnya si penjual menolak kelebihan itu.

Memang menurut Imam Al-Ghazali bahwa setiap transaksi bisnis adalah pasti mengharapkan laba, tetapi harus juga memperhatikan unsur kebaikan dan kepantasan. Imam Al-Ghazali menegaskan bahwa agar tidak terasa berat bagi seseorang untuk bersikap jujur, tulus dan ikhlas ketika berbisnis, maka hendaklah tidak ragu sedikitpun bahwa laba di akhirat dan kekayaannya adalah jauh lebih utama daripada laba dan kekayaan dunia. Sebab, kegunaan harta dunia akan hilang sirna dengan habisnya usia seseorang, sedangkan yang tetap tertinggal adalah beban kezaliman dan dosa-dosa yang diakibatkan olehnya.

2. Biaya Pemasaran

a. Pengertian Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran dalam arti sempit sering diartikan sebagai biaya penjualan, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk kepasar. Biaya dalam arti sempit ini hanya meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan sejak produk jadi dikirimkan kepada pembeli sampai produk diterima oleh pembeli. Berikut adalah beberapa pengertian biaya pemasaran dalam arti luas menurut para ahli :

- 1) “Biaya pemasaran merupakan anggaran biaya pemasaran sebagai alat yang digunakan untuk sarana penghubung terjadinya transaksi jual beli barang dan jasa” (Philip Kotler, 2012:28).
- 2) “Biaya pemasaran adalah biaya yang berkaitan dengan upaya mendistribusikan produk perusahaan sejak dari gudang hingga sampai ke tangan konsumen” (Rudianto. 2013:21).
- 3) “Biaya pemasaran meliputi semua rangkaian biaya dalam pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan kepada pembeli sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas” (Kartadinata, 2011:28).

Menurut para ahli di atas disimpulkan bahwa biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi sejak keluarnya barang dari gudang hingga sampai ke konsumen. Biaya pemasaran juga dapat diartikan sebagai biaya yang digunakan untuk memasarkan suatu produk, dimulai dari persediaan barang untuk dijual kepada pelanggan hingga setelah dijualnya produk yang dipasarkan.

b. Jenis-Jenis Biaya Pemasaran

Mulyadi berpendapat, jika biaya pemasaran itu merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pesanan, misalnya biaya komisi penjualan, biaya iklan, dan biaya promosi. Biaya ini dikeluarkan perusahaan agar memenuhi pesanan konsumen dan memperlancar pendistribusian barang hingga ke tangan konsumen,

serta mendapatkan penghasilan dari hasil penjualan kepada konsumen.¹³

3. Biaya Administrasi dan Umum

a. Pengertian Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum menurut Mulyadi dalam buku Akuntansi Biaya adalah: “Biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan dan biaya fotocopy”. Selanjutnya Supriyono dalam bukunya Akuntansi Biaya mendefinisikan biaya administrasi dan umum secara singkat yakni : “Biaya administrasi dan umum yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi umum”.

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan. Biaya ini juga tergolong biaya tidak berubah dari waktu ke waktu, kecuali memang direncanakan untuk berubah. Perubahan besarnya biaya administrasi dan umum, khususnya perubahan yang berupa penambahan biaya, dapat disebabkan oleh perusahaan maupun faktor eksternal yang tidak terhindarkan, seperti kenaikan gaji direksi, kenaikan gaji pegawai, kenaikan tarif listrik, air, dan telepon.¹⁴

¹³Septi Nurawilah, “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih,” *Jurnal Proaksi*, Vol. 2, Nomor 2, 2020, hlm. 3.

¹⁴Rudianto, *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen* (Grasindo, t.t.).

b. Jenis Penggolongan Biaya Administrasi dan Umum

Biaya-biaya yang dikategorikan sebagai biaya administrasi adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatannya, selain biaya-biaya pabrik dan distribusi. Pada perusahaan-perusahaan yang relatif besar, biaya-biaya administrasi timbul pada bagian-bagian administrasi, pembukuan, perbekalan, dan bagian staf, sehingga dibagi dalam bagian:

- 1) Biaya untuk Direksi dan stafnya, termasuk gaji, bonus tahunan, biaya perjalanan, biaya representasi, dan administrasi kantor Direksi.
- 2) Biaya Departemen Keuangan yang meliputi gaji dan dana kesejahteraan, biaya perjalanan dan administrasi departemen, biaya penyusutan aktiva tetap.
- 3) Biaya Departemen Umum dan Administrasi yang meliputi gaji dan dana kesejahteraan, biaya perjalanan, biaya komunikasi (telepon, telegram, telex), asuransi pegawai, penyusutan macam-macam aktiva tetap, listrik dan air.

c. Tujuan Biaya Administrasi dan Umum

- 1) Peningkatan profesionalisme dan *managerial skill* setiap personil.
- 2) Dapat merinci dengan detail apa saja yang dibutuhkan oleh perusahaan terkait dengan administrasi dan umum.

3) Mengatur kinerja setiap bagian yang bekerja dalam bidang administrasi dan umum.

d. Komponen Biaya Administrasi dan Umum

1) Biaya Tetap

Untuk biaya-biaya yang bersifat tetap seperti depresiasi, gaji karyawan maka penentuan biaya pada periode yang akan datang di dasarkan pada periode sebelumnya. Sesuai dengan aturan yang telah ditentukan oleh direksi/manajemen.

2) Biaya Variabel

Untuk biaya-biaya yang sifatnya variabel seperti kertas dan alat tulis dan peralatan habis pakai lainnya, maka penentuan biaya periode yang akan datang didasarkan pada tarif biaya tersebut pada waktu yang lalu. Perbedaan dengan biaya tetap adalah perubahan harga.

3) Biaya Semi Variabel

Untuk biaya-biaya yang sifatnya semi variabel seperti pemeliharaan gedung, maka penentuan biaya pada periode yang akan datang di dasarkan pada analisis terhadap biaya tersebut.¹⁵

B. Penelitian Terdahulu

Sebelumnya penelitian tentang pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih sudah diteliti oleh peneliti terdahulu,

¹⁵Ari Dwi Astono, *Manajemen Penganggaran* (Semarang: Qahar Publisher, 2021): 106-107.

sehingga penelitian ini bukan satu satunya yang membahas mengenai masalah ini. Tujuan mengutarakan hasil penelitian terdahulu ini yaitu untuk memberi gambaran terhadap penelitian ini. Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Windi Wahyuni Simanjuntak, (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, Padangsidempuan, 2022)	Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum Serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih pada PT. Astra Agro Indonesia Tbk	Biaya pemasaran pada PT. Astra Agro Indonesia Tbk., tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Biaya administrasi dan umum berpengaruh positif terhadap laba bersih. Secara simultan, biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Indonesia Tbk.
2	Yaya Suharya, dkk., (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Sukabumi, 2021)	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food	Biaya produksi berpengaruh negatif terhadap laba bersih. Biaya pemasaran berpengaruh negatif terhadap laba bersih. Secara simultan, biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh positif terhadap laba bersih.
3	Dhani Aprilyana, dkk., (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Sukabumi, 2020)	Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada UKM Keripik Sehi Sukabumi	Biaya pemasaran pada UKM Keripik Sehi Sukabumi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Biaya administrasi dan umum tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba

			bersih pada UKM Keripik Sehi Sukabumi. Biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada UKM keripik Sehi Sukabumi.
4	Septi Nurawaliah, Sutrisno, Risma Nurmilah (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Sukabumi, 2020)	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (CV. NJ Food Industries)	Biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih. Biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
5	Feren Daslim, dkk. (Jurnal, STIE Professional Manajemen Collage Indonesia, 2019)	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada PT. Sumatra Hakarindo Medan	Biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan, biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
6	Masta Sembiring, Siti Aisyah Siregar (Jurnal, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Sumatera Utara, 2018)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	Biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub barang konsumsi. Secara bersamaan, biaya produksi dan biaya pemasaran memiliki

			pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih.
7	Aria Masdiana Pasaribu, (Jurnal, Universitas Al Azhar Medan, Sumatera Utara, 2017)	Pendapatan Usaha dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Makanan dan Minuman	Pendapatan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Biaya operasional tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Pendapatan usaha dan biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Windi Wahyuni Simanjuntak, keduanya sama-sama menggunakan Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum sebagai variabel independennya, dan Laba Bersih sebagai variabel dependennya. Hanya saja, perbedaan peneliti dengan penelitian Windi Wahyuni Simanjuntak yaitu, pada penelitian Windi Wahyuni Simanjuntak melakukan penelitian pada PT. Astra Agro Indonesia Tbk., sedangkan peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Yaya Suharya ialah sama-sama menggunakan Laba Bersih sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedaan antara penelitian Yaya Suharya dengan peneliti ialah, pada penelitian Yaya Suharya menggunakan Biaya Produksi sebagai variabel X1 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X1 nya. Perbedaan selanjutnya ialah pada penelitian Yaya Suharya menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X2 nya,

sedangkan peneliti menggunakan Biaya Administrasi dan Umum sebagai variabel X2 nya. Selain itu, perbedaan peneliti dengan Yaya Suharya yaitu, peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., sedangkan pada penelitian Yaya Suharya melakukan penelitian pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dhani Aprilyana, keduanya sama-sama menggunakan Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum sebagai variabel independennya, dan Laba Bersih sebagai variabel dependennya. Hanya saja, perbedaan peneliti dengan penelitian Dhani Aprilyana yaitu, pada penelitian Dhani Aprilyana melakukan penelitian pada UKM Keripik Sehi Sukabumi, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Septi Nurawilah ialah sama-sama menggunakan Laba Bersih sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedaan antara penelitian Septi Nurawilah dengan peneliti ialah, pada penelitian Septi Nurawilah menggunakan Biaya Produksi sebagai variabel X1 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X1 nya. Perbedaan selanjutnya ialah pada penelitian Yaya Suharya menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X2 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Administrasi dan Umum sebagai variabel X2 nya. Selain itu, perbedaan peneliti dengan Septi Nurawilah yaitu, peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood

Sukses Makmur Tbk., sedangkan pada penelitian Yaya Suharya melakukan penelitian pada CV. NJ Food Industries.

Persaman penelitian ini dengan penelitian Feren Daslim ialah sama-sama menggunakan Laba Bersih sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedaan antara penelitian Feren Daslim dengan peneliti ialah, pada penelitian Feren Daslim menggunakan Biaya Produksi sebagai variabel X_1 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X_1 nya. Perbedaan selanjutnya ialah pada penelitian Feren Daslim menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X_2 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Administrasi dan Umum sebagai variabel X_2 nya. Selain itu, perbedaan peneliti dengan Feren Daslim yaitu, peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., sedangkan pada penelitian Feren Daslim melakukan penelitian pada PT. Sumatra Hekarindo Medan.

Persaman penelitian ini dengan penelitian Masta Sembiring ialah sama-sama menggunakan Laba Bersih sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedaan antara penelitian Masta Sembiring dengan peneliti ialah, pada penelitian Masta Sembiring menggunakan Biaya Produksi sebagai variabel X_1 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X_1 nya. Perbedaan selanjutnya ialah pada penelitian Masta Sembiring menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X_2 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Administrasi dan Umum sebagai variabel X_2 nya. Perbedaan selanjutnya, pada

penelitian menggunakan volume penjualan sebagai variabel *intervening*-nya, sedangkan peneliti tidak menggunakan variabel *intervening*. Selain itu, perbedaan terakhir antara peneliti dengan Masta Sembiring yaitu, peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., sedangkan pada penelitian Yaya Suharya melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur sub barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aria Masdiana Pasaribu, keduanya sama-sama menggunakan Laba Bersih sebagai variabel dependennya. Hanya saja, perbedaan peneliti dengan penelitian Aria Masdiana Pasaribu yaitu, pada penelitian Aria Masdiana Pasaribu menggunakan Pendapatan Usaha sebagai variabel X1 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Pemasaran sebagai variabel X1 nya. Selain itu, pada penelitian Aria Masdiana Pasaribu menggunakan Biaya Operasional sebagai X2 nya, sedangkan peneliti menggunakan Biaya Administrasi dan Umum sebagai variabel X2 nya. Selanjutnya, pada penelitian Aria Masdiana Pasaribu melakukan penelitian pada Perusahaan Makanan dan Minumam yang Terdaftar di BEI, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

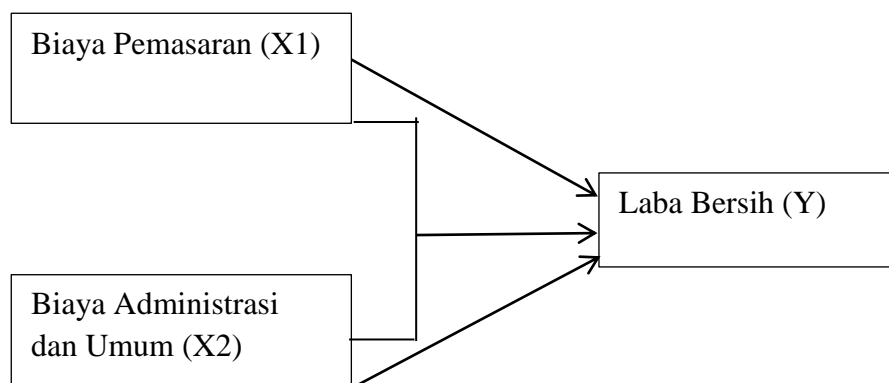
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir yaitu kerangka berpikir yang mana terdiri dari teori-teori yang mendasar pada penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti

menggunakan laba bersih sebagai variabel terikatnya, dan variabel bebasnya adalah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

Dalam hal tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa kerangka pemikiran penelitian ini adalah:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Laba bersih yaitu pendapatan dari suatu usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan, setelah dihitung bunga dan pajak. Biaya pemasaran/penjualan yaitu keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendistribusikan barang dagangannya hingga sampai ke tangan konsumen. Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang digunakan untuk menampung keseluruhan biayaa operasional kantor.

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir yang tertera, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_{a1} : Biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih pada PT.

Indofood Sukses Makmur Tbk.

H_{a2} : Biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

H_{a3} : Biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh simultan terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data dari laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2014-2022. Dan dalam penelitian ini, datanya diambil dari sumber situs yang resmi yang tercantum pada Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan dengan penelitian yang menggunakan analisis data statistik dengan angka-angka, untuk menguji hipotesis yang diterapkan pada penelitian. Arikunto berpendapat jika penelitian kuantitatif ini merupakan penelitian yang menggunakan angka dari awal pengumpulan data, penafsiran data, serta hasilnya.¹⁶ Penelitian ini pun menggunakan jenis data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2014-2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai sekelompok orang ataupun kejadian, atau pun barang-barang yang diinginkan peneliti untuk diteliti. Populasi juga bisa diartikan sebagai kumpulan elemen yang

¹⁶Jubilee Enterprise, *SPSS Untuk Pemula* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014): 22.

sejenis dan bisa dibedakan sebagai obyek penelitian.¹⁷ Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan dari perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2014-2022.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Maksud pengambilan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu, sampai jumlah populasi ataupun kuota yang diinginkan. Adapun sampel penelitian ini yaitu laporan keuangan selama 9 tahun dari tahun 2014-2022 dihitung per triwulan, yaitu sebanyak 36 sampel, karena laporan keuangan triwulan akhir tahun 2022 belum tersedia hingga akhir penelitian, maka peneliti mengambil 35 sampel dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh.¹⁸ Sampel jenuh adalah sampel yang digunakan bila semua populasi digunakan sebagai sampel dengan jumlah populasi kurang dari 100.¹⁹

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan studi yang menggunakan jurnal, skripsi, dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian sebagai sumber dalam penelitian.

¹⁷Enterprise.

¹⁸V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015): 125.

¹⁹Suryani, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta Timur: Prenada Media, 2016): 203.

2. Studi Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi melalui penelusuran data sekunder. Metode dokumentasi ini merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari bahan-bahan dokumen seperti laporan keuangan, atau apapun dokumen yang dimiliki perusahaan. Penelitian ini menggunakan laporan keuangan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2014-2022 yang bersumber dari *website* www.idx.co.id

E. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan penyajian data untuk menggambarkan perilaku dalam objek yang diteliti dengan data sampel ataupun populasi. Teknik ini menggunakan SPSS versi 25 sebagai alat perhitungannya. Dan dalam penyajian ini menggunakan kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah untuk mengukur hasil data yang diuji.

2. Uji Normalitas

Dalam uji normalitas ini, penelitian bermaksud memperlihatkan sampel yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Uji normalitas ini menggunakan teknik uji Kolmogorov-Sminov. Kriteria yang digunakan adalah apabila perhitungan Kolmogorov-Sminov

dengan 2 sisi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal dengan perhitungan bantuan program SPSS.²⁰

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mendapatkan hasil regresi yang baik dan efisien. Dalam uji asumsi klasik ada beberapa proses, yaitu seperti :

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas yaitu situasi yang menunjukkan adanya kolerasi atau hubungan kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Uji multikolinearitas ini digunakan dalam sebuah untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai VIF, dengan ketentuan:

- 1) Jika nilai $VIF > 5$ maka terjadi multikolinearitas dalam penelitian
- 2) Jika $VIF < 5$ maka tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian.²¹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual

²⁰Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: PT. Andi Offset, 2014), hlm. 73.

²¹Zulaika Matondang, dan Hamni Fadlilah Nasution, *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS*, (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm. 90-93.

satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka terjadi homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas.²²

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lain. Uji autokorelasi yang umum digunakan dengan melihat nilai dari Durbin-Watson (DW), dengan ketentuan jika nilai DW lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2 atau $-2 < dw < +2$.²³

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Dihitung dengan menggunakan bentuk persamaan regresi berganda, dengan rumus sebagai berikut.²⁴

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

²²*Ibid.*, hlm. 98.

²³Zulaika Matondang, dan Hamni Fadlilah Nasution, *Loc.Cit.*, hlm. 127.

²⁴Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.*: 160.

Keterangan :

Y = Laba Bersih

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi linear berganda

X_1 = Biaya Pemasaran

X_2 = Biaya Administrasi dan Umum

e = *Standard error term*

Sehingga persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini:

$$LB = a + b_1BPem + b_2BAdm + e$$

Keterangan :

LB = Laba Bersih

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi linear berganda

BPem = Biaya Pemasaran

BAdm = Biaya Administrasi dan Umum

e = *Standard error term*

5. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan 2 arah (*2 tail*) dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0,05$) dan dilakukan uji tingkat signifikan pengaruh antara hubungan variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, dimana

tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% dan *degree of freedom* (df) = n-k. Bisa juga dengan melihat hasil dari nilai t hitung. Setelah t hitung diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasil berlaku ketentuan sebagai berikut:²⁵

- 1) Jika $-t_{hitung} > \text{dari } -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > \text{dari } t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika $-t_{hitung} < \text{dari } -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < \text{dari } t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Signifikan model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F-statistik ini digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Adapun kriteria uji F ialah:²⁶

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan uji yg digunakan untuk melihat prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka

²⁵Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 161.

²⁶V Wiratna Sujarweni, *Op.Cit.*, hlm. 228.

presentase perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X semakin tinggi, begitu juga sebaliknya.²⁷

²⁷V Wiratna Sujawerni, *Ibid*, hlm. 164.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

1. Sejarah Singkat dan Perkembangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Perusahaan ini didirikan dengan nama PT. Panganjaya Intikusuma berdasarkan Akta Pendirian No.228 tanggal 14 Agustus 1990 yang diubah dengan Akta No.249 tanggal 15 November 1990 dan yang diubah kembali dengan Akta No.171 tanggal 20 Juni 1991, semuanya dibuat dihadapan Benny Kristanto, SH. Notaris di Jakarta dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No.C2-2915.HT.01.01Th.91 tanggal 12 Juli 1991, serta telah didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan dibawah No.579, 580 dan 581 tanggal 5 Agustus 1991, dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No.12 tanggal 11 Februari 1992, Tambahan No.611. Perseroan mengubah namanya yang semula PT. Panganjaya Intikusuma menjadi PT. Indofood Sukses Makmur, berdasarkan keputusan Rapat Umum Luar Biasa Para Pemegang Saham yang dituangkan dalam Akta Risalah Rapat No.51 tanggal 5 Februari 1994 yang dibuat oleh Benny Kristianto, SH., Notaris di Jakarta.

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., cabang Bandung didirikan pada bulan Mei 1992 dengan nama PT Karya Pangan Inti Sejati yang merupakan salah satu cabang dari *PT. Sanmaru Food Manufacturing*

Company Ltd. yang berpusat di Jakarta dan mulai beroperasi pada bulan Oktober 1992. Pada saat itu jumlah karyawan yang ada sebanyak 200 orang.

Pada tahun 1994, terjadi penggabungan beberapa anak perusahaan yang berada di lingkup Indofood Group, sehingga mengubah namanya menjadi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. yang khusus bergerak dalam bidang pengolahan mie instan. Divisi mie instan merupakan divisi terbesar di Indofood dan pabriknya tersebar di 15 kota, diantaranya Medan, Pekanbaru, Palembang, Tangerang, Lampung, Pontianak, Manado, Semarang, Surabaya, Banjarmasin, Makasar, Cibitung, Jakarta, Bandung dan Jambi, sedangkan cabang tanpa pabrik yaitu Solo, Bali dan Kendari. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan cukup didistribusikan ke wilayah sekitar kota dimana pabrik berada, sehingga produk dapat diterima oleh konsumen dalam keadaan segar serta membantu program pemerintah melalui pemerataan tenaga kerja lokal.

PT. Indofood Sukses Makmur terus mengalami kemajuan. Hal ini dibuktikan dengan adanya pesebaran distribusi produk yang dipasarkan. Saat ini, PT. memiliki 36 pabrik, lebih dari 10 merek dengan 150 rasa dan tipe distributor yang melayani hampir 150.000 outlet.

2. Struktur Organisasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Struktur yang terdapat pada setiap organisasi pada dasarnya merupakan kerangka pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dari pegawai yang melaksanakan pekerjaan. Setiap unsur-unsur harus

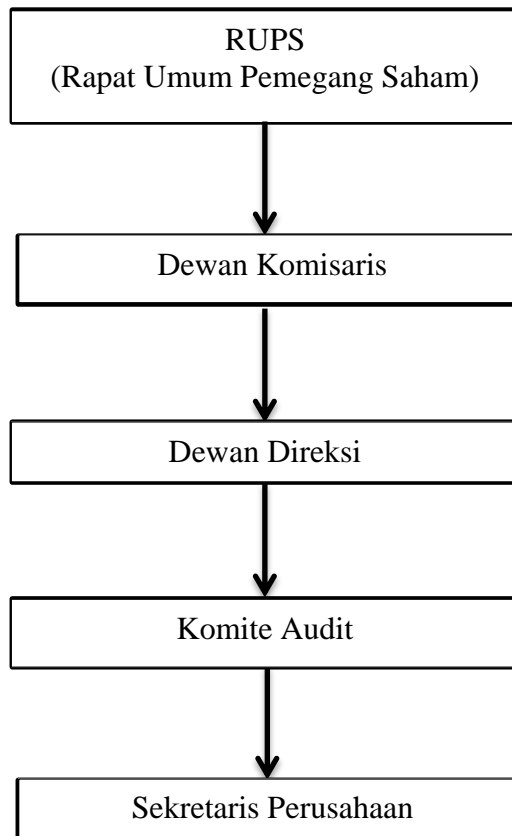
dirancang dan ditaati sebaik-baiknya, sebagai pertimbangan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan. Kejelasan dari struktur ini didapat dalam satu organisasi dan dapat diketahui hubungan kerjanya secara fungsional antara satu bagian dengan bagian lainnya.

Dalam pengelolaan kegiatan perusahaan dilaksanakan oleh dewan direksi. Dewan direksi dipimpin oleh seorang direktur utama dengan dibantu tiga orang wakil direktur, serta enam direktur. Fungsi dari direktur utama adalah sebagai pimpinan umum dalam mengelola perusahaan, memegang kekuasaan secara penuh dan bertanggung jawab terhadap pengembangan perusahaan secara keseluruhan, menentukan kebijakan yang dilaksanakan perusahaan, melakukan penjadwalan seluruh kegiatan perusahaan.

Struktur organisasi yang ada telah berjalan dengan baik, dilengkapi dengan uraian tugas yang jelas, didalamnya telah tercermin adanya pendelegasian wewenang serta tanggung jawab yang jelas pula, serta tergambar adanya pemisahan fungsi yang memungkinkan bekerjanya sistem pengendalian intern dan pengawasan.

Adapun struktur organisasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yaitu:

Gambar IV.1
Struktur Organisasi PT Indofood Sukses Makmur Tbk



Sumber: PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

a. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham)

RUPS berada paling atas pada struktur organisasi perusahaan, biasanya diadakan setiap satu tahun sekali. Didalam rapat tersebut dewan komisaris berkewajiban memberikan laporan perihal jalannya perusahaan mulai dari tata usaha keuangan dari tahun buku yang lalu yang harus ditentukan dan disetujui.

b. Dewan Komisaris

Tugas utama dewan komisaris adalah mengawasi direksi dalam menjalankan kegiatan dan mengelola perusahaan. Sesuai dengan peraturan yang berlaku, dewan komisaris memiliki sepuluh anggota dewan direksi yang terdiri dari satu orang sebagai komisaris utama, enam anggota komisaris yang terdiri dari satu orang sebagai komisaris utama, enam anggota komisaris dan tiga anggota komisaris independent yang tidak terafiliasi dengan direksi dan dewan komisaris atau pemegang saham pengendali.

c. Dewan Direksi

Dewan direksi terdiri dari satu orang direktur utama, tiga orang wakil direktur utama dan enam orang direktur. Tugas utama dari direksi adalah menentukan usaha sebagai pimpinan umum dalam mengelola perusahaan, memegang kekuasaan secara penuh dan bertanggung jawab terhadap pengembangan perusahaan secara keseluruhan, menentukan kebijakan yang dilaksanakan perusahaan, melakukan penjadwalan seluruh kegiatan perusahaan. Tanggung jawab dari direksi adalah untuk mengelola usaha perseroan sesuai anggaran dasar. Pada tahun 2006 secara formal direksi mengadakan tiga kali rapat direksi untuk mengevaluasi kinerja operasional dan keuangan perseroan, serta meninjau strategi dan hal-hal penting lainnya. Selain itu beberapa pertemuan informal juga dilaksanakan

untuk membahas dan menyetujui hal-hal yang membutuhkan perhatian dengan segera.

d. Komite Audit

Dalam rangka memenuhi peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam dan LK) dan sejalan dengan semangat tata kelola perusahaan yang baik, dewan komisaris membentuk komite audit, komite audit dipimpin oleh seorang komisaris independen dan mempunyai tiga orang anggota yang terdiri dari satu komisaris independen dan dua professional independen yang memiliki kualifikasi dan pengalaman dalam bidang keuangan.

Komite audit bertanggung jawab langsung kepada dewan komisaris. Fungsi utama dari komite audit adalah membantu dewan komisaris untuk menjalankan peran pengendalian yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Memberikan saran kepada dewan komisaris atas laporan dan hal-hal yang disampaikan direksi.
- 2) Mengidentifikasi hal-hal yang harus ditindak lanjuti oleh dewan komisaris.
- 3) Melakukan tugas-tugas yang diberikan dan yang terkait dengan peran dewan komisaris dalam hal pengendalian.

Disamping itu, komite audit memberikan opini yang independen dan profesional atas aspek-aspek kepatuhan, kontrol,

manajemen resiko serta aktifitas audit internal dan eksternal. Komite audit juga terlibat dalam pemilihan dan penunjukan akuntan publik dengan mempertimbangkan independensi dan objektivitas dari para auditor.

e. Sekretaris Perusahaan

Sekretaris perusahaan berfungsi sebagai penghubung antara perseroan dengan institusi pasar modal, para pemegang saham, dan masyarakat. Sekretaris bertanggung jawab untuk memonitor kepatuhan terhadap peraturan dan ketentuan pasar modal.

3. Visi, Misi, dan Tujuan Pendirian PT. Indofood Sikes Makmur Tbk

a. Visi

Menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu, berkualitas, aman untuk dikonsumsi dan menjadi pemimpin di industri makanan.

b. Misi

Menjadi perusahaan transnasional yang dapat membawa nama Indonesia di bidang industri makanan.

c. Tujuan

- 1) Memperluas bidang usaha secara terus menerus melalui bidang usaha internal maupun pengembangan usaha strategis.
- 2) Mengurangi biaya transportasi.
- 3) Selalu meningkatkan kesejahteraan karyawan.
- 4) Mensuplai daerah lain yang selalu kekurangan persediaan

barang.

- 5) Berperan serta dalam pelestarian lingkungan hidup dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., periode 2014-2022 dapat dilihat deskriptif hasil penelitian mengenai variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini dengan melihat tabel dan grafik di bawah ini:

1. Laba Bersih

Untuk melihat perkembangan tingkat pertumbuhan perputaran perselisihan periode 2014-2022 dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel IV.1
Perkembangan Laba Bersih
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Tahun	Periode (Tercatat Dalam Jutaan Rupiah)			
	TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
2014	1.750.734	2.985.399	3.979.051	5.146.323
2015	985.979	2.120.889	2.107.505	3.709.501
2016	1.363.230	2.757.314	4.099.756	5.266.906
2017	1.762.082	3.074.704	4.315.400	5.145.063
2018	1.456.706	2.433.723	3.580.090	4.961.851
2019	1.634.302	2.936.027	4.195.398	5.902.729
2020	1.805.109	3.464.298	4.729.034	8.752.066
2021	2.625.991	5.041.463	8.001.384	11.203.585
2022	3.303.388	4.162.026	6.683.699	

Sumber: Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Berdasarkan Tabel IV.1, laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., selalu mengalami fluktuasi pada tahun 2014-2022 dari triwulan I hingga triwulan IV. Mengacu pada tabel IV.1, laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., terbesar yaitu pada tahun 2021 triwulan IV sebesar Rp. 11.203.585.000.000, dan biaya terendah pada tahun 2015 triwulan I sebesar Rp. 985.979.000.000.

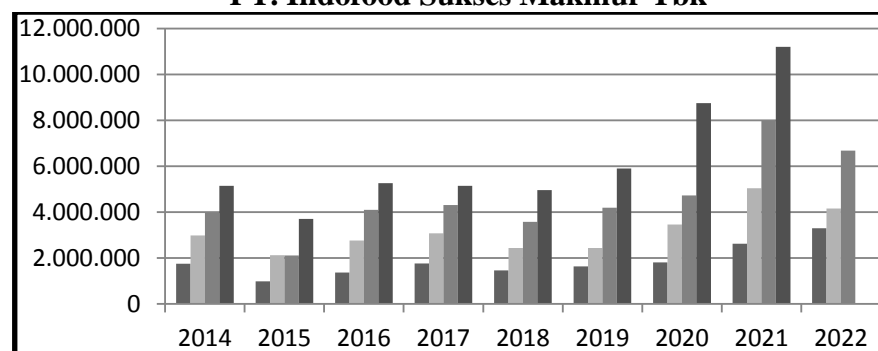
Pada tahun 2014, triwulan II pada laba bersih meningkat sebesar 0,41% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,24% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,22% dari triwulan III. Pada tahun 2015, triwulan II meningkat 0,53% dari triwulan I, namun pada triwulan III menurun sebesar 0,006%, dan pada triwulan IV laba bersih kembali meningkat sebesar 0,43% dari triwulan III. Pada tahun 2016, triwulan II meningkat 0,50% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,32% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,22% dari triwulan III.

Pada tahun 2017, triwulan II pada laba bersih meningkat sebesar 0,42% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,28% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,16% dari triwulan III. Pada tahun 2018, triwulan II meningkat 0,40% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,32% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,27% dari triwulan III. Pada tahun 2019, triwulan II meningkat

0,44% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,30% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,28% dari triwulan III.

Pada tahun 2020, triwulan II meningkat 0,47% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,26% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,45% dari triwulan III. Pada tahun 2021, triwulan II meningkat 0,47% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,36% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,28% dari triwulan III. Pada tahun 2022, triwulan II meningkat 0,20% dari triwulan I, dan pada triwulan III laba bersih meningkat 0,37% dari triwulan II. Perkembangan lebih jelasnya, peneliti sajikan dalam bentuk diagram batang berikut:

Grafik IV.1
Perkembangan Laba Bersih
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk



Sumber: Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

2. Biaya Pemasaran

Untuk melihat perkembangan tingkat pertumbuhan perputaran perselisihan periode 2014-2022 dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel IV.2
Perkembangan Biaya Pemasaran
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Tahun	Periode (Tercatat Dalam Jutaan Rupiah)			
	TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
2014	1.325.297	3.063.181	4.643.695	6.247.224
2015	1.628.672	3.587.666	5.230.416	6.885.612
2016	1.859.309	3.661.235	5.517.397	7.168.040
2017	1.919.200	3.823.794	5.842.233	7.237.120
2018	1.981.628	4.012.143	6.167.825	7.817.444
2019	2.143.062	4.288.256	6.509.121	8.489.356
2020	2.234.485	4.453.436	6.785.671	9.007.860
2021	2.654.975	5.074.326	7.772.389	10.049.196
2022	2.804.007	5.504.514	8.013.695	

Sumber: Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Berdasarkan Tabel IV.2, biaya pemasaran pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., selalu mengalami fluktuasi pada tahun 2014-2022 dari triwulan I hingga triwulan IV. Mengacu pada tabel diatas, biaya pemasaran pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., terbesar yaitu pada tahun 2021 triwulan IV sebesar Rp. 10.049.196.000.000, dan biaya terendah pada tahun 2014 triwulan I sebesar Rp. 1.325.297.000.000.

Pada tahun 2014, triwulan II biaya pemasaran meningkat sebesar 0,56% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,34% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya pemasaran meningkat 0,25% dari triwulan III. Pada tahun 2015, triwulan II meningkat 0,54% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,31% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya

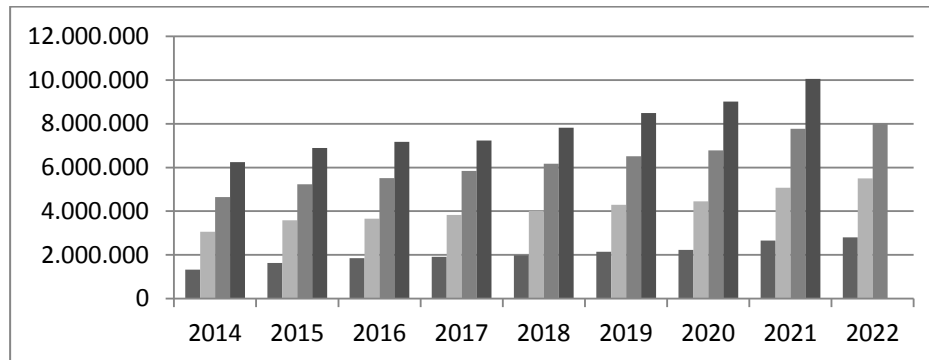
pemasaran meningkat 0,24% dari triwulan III. Pada tahun 2016, triwulan II meningkat 0,49% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,34% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya pemasaran meningkat 0,23% dari triwulan III.

Pada tahun 2017, triwulan II biaya pemasaran meningkat sebesar 0,49% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,34% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya pemasaran meningkat 0,19% dari triwulan III. Pada tahun 2018, triwulan II meningkat 0,50% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,34% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,21% dari triwulan III. Pada tahun 2019, triwulan II meningkat 0,50% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,34% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya pemasaran meningkat 0,23% dari triwulan III.

Pada tahun 2020, triwulan II biaya pemasaran meningkat sebesar 0,41% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,34% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,24% dari triwulan III. Pada tahun 2021, triwulan II meningkat 0,47% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,34% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya pemasaran meningkat 0,22% dari triwulan III. Pada tahun 2022, triwulan II meningkat 0,49% dari triwulan I, dan pada triwulan III biaya pemasaran meningkat 0,31% dari triwulan II. Perkembangan

lebih jelasnya, peneliti sajikan dalam bentuk diagram batang berikut:

Grafik IV.2
Perkembangan Biaya Pemasaran
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk



Sumber: Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

3. Biaya Administrasi dan Umum

Untuk melihat perkembangan tingkat pertumbuhan perputaran perselisihan periode 2014-2022 dapat dilitan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel IV.3
Perkembangan Biaya Administrasi dan Umum
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Tahun	Periode (Tercatat Dalam Jutaan Rupiah)			
	TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
2014	958.169	2.043.422	3.070.989	3.928.237
2015	809.815	1.735.095	2.581.156	3.495.437
2016	863.009	1.988.391	2.919.135	3,988.897
2017	890.096	2.028.378	3.049.740	4.070.151
2018	977.972	2.199.624	3.434.551	4.466.279
2019	1.176.874	2.510.940	3.609.608	4.697.173
2020	1.212.862	2.714.900	3.861.111	5.087.140
2021	1.363.837	2.668.922	4.173.299	5.314.871
2022	1.181.891	2.410.062	3.622.464	

Sumber: Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Berdasarkan tabel diatas, biaya administrasi dan umum pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., selalu mengalami fluktuasi pada tahun 2014-2022 dari triwulan I hingga triwulan IV. Mengacu pada tabel diatas, biaya administrasi dan umum pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., terbesar yaitu pada tahun 2021 triwulan IV sebesar Rp. 5.314.140.000.000, dan biaya terendah pada tahun 2015 triwulan I sebesar Rp. 809.815.000.000.

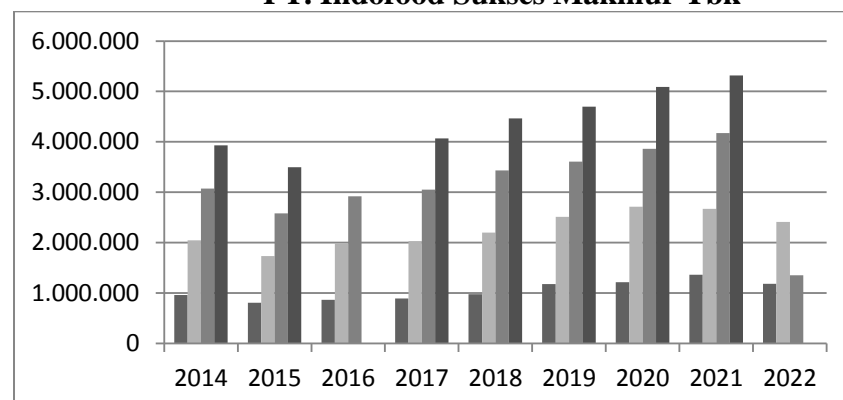
Pada tahun 2014, triwulan II biaya administrasi dan umum meningkat sebesar 0,53% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,33% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya administrasi dan umum meningkat 0,21% dari triwulan III. Pada tahun 2015, triwulan II meningkat sebesar 0,53% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,32% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya administrasi dan umum meningkat sebesar 0,26% dari triwulan III. Pada tahun 2016, triwulan II meningkat 0,56% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,31% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya administrasi dan umum meningkat 0,26% dari triwulan III.

Pada tahun 2017, triwulan II meningkat 0,56% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,31% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya administrasi dan umum meningkat sebesar 0,26% dari triwulan III. Pada tahun 2018, triwulan II meningkat 0,55% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat

0,35% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya administrasi dan umum meningkat 0,23% dari triwulan III. Pada tahun 2019, triwulan II meningkat 0,53% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,30% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya administrasi dan umum meningkat 0,23% dari triwulan III.

Pada tahun 2020, triwulan II meningkat 0,55% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,29% dari triwulan II, dan pada triwulan IV laba bersih meningkat 0,24% dari triwulan III. Pada tahun 2021, triwulan II meningkat 0,48% dari triwulan I, begitu pula pada triwulan III yang meningkat 0,36% dari triwulan II, dan pada triwulan IV biaya administrasi dan umum meningkat 0,21% dari triwulan III. Pada tahun 2022, triwulan II meningkat 0,50% dari triwulan I, dan pada triwulan IV biaya administrasi dan umum meningkat 0,33% dari triwulan III. Perkembangan lebih jelasnya, peneliti sajikan dalam bentuk diagram batang berikut:

Grafik IV.3
Perkembangan Biaya Administrasi dan Umum
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk



Sumber: Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

C. Hasil Analisis Penelitian

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Hasil dari statistik deskriptif dapat dilihat dengan tabel dibawah ini:

Tabel IV.4
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Pemasaran	35	1325297	10049196	5014099.43	2373050.867
Biaya Administrasi dan Umum	35	809815	5314871	2654769.20	1327994.311
Laba Bersih	35	985979	11203585	3912582.89	2231738.957
Valid N (listwise)	35				

Berdasarkan *output* SPSS pada Tabel IV.4, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Laba Bersih

Berdasarkan tabel IV.4, besarnya Laba Bersih dari 35 sampel mempunyai nilai minimum sebesar 985979 terdapat pada triwulan I tahun 2015, nilai maximum 11203585 terdapat pada triwulan IV pada tahun 2021, dengan rata-rata (*mean*) sebesar 3912582,89 dan standar deviasi yaitu sebesar 2231738,957 yang mana nilai Mean lebih besar daripada *Standard Deviation* yang artinya tidak terjadi penyimpangan data karena nilai standar deviasi lebih kecil dari pada mean.

b. Biaya Pemasaran

Berdasarkan tabel IV.4, besarnya Biaya Pemasaran dari 35 sampel mempunyai nilai minimum sebesar 1325297 terdapat pada

triwulan I tahun 2014, nilai maximum 10049196 terdapat pada triwulan IV tahun 2021, dengan rata-rata (*mean*) sebesar 5014099,43 dan standar deviasi yaitu sebesar 2373050,867 yang mana nilai Mean lebih besar daripada *Standard Deviation* yang artinya tidak terjadi penyimpangan data karena nilai standar deviasi lebih kecil dari pada mean.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Berdasarkan tabel IV.4, besarnya Biaya Administrasi dan Umum dari 35 sampel mempunyai nilai minimum sebesar 809815 terdapat pada triwulan I tahun 2015, nilai maximum 5314871 terdapat pada triwulan IV tahun 2021, dengan rata-rata (*mean*) sebesar 2654769,20 dan standar deviasi yaitu sebesar 1327994,311 yang mana nilai Mean lebih besar daripada *Standard Deviation* yang artinya tidak terjadi penyimpangan data karena nilai standar deviasi lebih kecil dari pada mean.

2. Hasil Uji Normalitas

Hasil dari Uji Normalitas dapat dilihat dengan tabel dibawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1013525.32155353
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.120
	Negative	-.061
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil tabel IV.5 menggunakan SPSS versi 25 pada tabel One Sample Kolmogorov Smirnov Test, maka dapat diketahui nilai signifikan untuk data uji normalitas sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil dari Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta		Lower Bound			Upper Bound	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-1077970.459	260.995		-4130.234	.000	-1078482.000	-1077458.918		
	Biaya Pemasaran	.987	.000	.893	12865.845	.000	.986	.987	.273	3.656
	Biaya Administrasi dan Umum	-.037	.000	-.019	-280.124	.000	-.037	-.037	.273	3.656

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan hasil dari tabel IV.6 dapat diketahui bahwa nilai *standar error* kurang dari satu, yaitu biaya pemasaran sebesar 0,000 dan biaya administrasi dan umum sebesar 0,000 dimana keduanya kurang dari satu. Serta nilai koefisien beta juga kurang dari satu dimana biaya pemasaran sebesar 0,893 dan biaya administrasi dan umum sebesar 0,019. Maka dapat dikatakan bahwa nilai *standar error* rendah dan multikolinearitas tidak terdeteksi.

Begitu pula dengan nilai *tolerance* variabel biaya pemasaran sebesar $0,273 > 0,05$ dan *variance inflation factor* (VIF) sebesar $3,656 < 5$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas terhadap variabel bebas. Nilai *tolerance* yang didapatkan pada variabel biaya administrasi dan umum sebesar $0,273 > 0,05$ dan *variance inflation factor* (VIF) sebesar $3,656 < 5$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas terhadap variabel bebas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat dengan tabel dibawah ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-57220.498	233601.214		-.245	.808
	Biaya Pemasaran	.042	.101	.147	.418	.678
	Biaya Administrasi dan Umum	.220	.180	.427	1.219	.232

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil pada tabel IV.7 menggunakan SPSS versi 25, maka dapat dilihat nilai signifikansi biaya pemasaran $0,678 > 0,05$ dan biaya administrasi umum $0,232 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Autokorelasi

Hasil dari Uji Autokorelasi dapat dilihat dengan tabel berikut:

Tabel IV.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.891 ^a	.794	.781	1044717.989	.762

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan Umum, Biaya Pemasaran

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan hasil pada tabel IV.8 menggunakan SPSS versi 25, maka dapat dilihat nilai Durbin Watson untuk data uji Autokorelasi sebesar 0,762 yang mana lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil dari Regresi Linear Berganda dapat dilihat dengan tabel berikut:

Tabel IV.9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-281271.503	419100.415		-.671	.507
	Biaya Pemasaran	.870	.181	.925	4.809	.000
	Biaya Administrasi dan Umum	-.064	.323	-.038	-.197	.845

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan hasil output yang diperoleh model persamaan sebagai berikut :

$$LB = -281271,503 + 0,870 BPem - 0,064 BAdm$$

Dari hasil persamaan linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan :

- a. Nilai konstanta sebesar -281271,503 artinya jika variabel biaya pemasaran (X_1) dan biaya administrasi dan umum (X_2) bernilai 0.00 (nol) maka laba bersih (Y) memiliki nilai sebesar -281271,503.
 - b. Nilai koefisien biaya pemasaran (X_1) sebesar 0,870 bertanda positif. Hal ini menunjukkan biaya pemasaran (X_1) memiliki hubungan yang searah dengan laba bersih (Y). Setiap kenaikan Rp.1.000.000 biaya pemasaran (X_1) maka naik pula sebesar 0,870 terhadap laba bersih dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
 - c. Nilai koefisien biaya administrasi dan umum (X_2) sebesar 0,064 bertanda negatif. Hal ini menunjukkan bahwa biaya administrasi dan umum (X_2) memiliki hubungan yang berlawanan dengan laba bersih (Y). Setiap kenaikan Rp.1.000.000 biaya operasional (X_2) maka menurun pula sebesar 0,064 terhadap laba bersih (Y) dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
5. Hasil Uji Hipotesis
- a. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Hasil dari Uji t (Uji Parsial) dapat dilihat dengan tabel berikut:

Tabel IV. 10
Hasil Uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	-281271.503	419100.415		-.671	.507
Biaya Pemasaran	.870	.181	.925	4.809	.000
Biaya Administrasi dan Umum	-.064	.323	-.038	-.197	.845

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan 5% dengan $df = n - k = 35 - 2 = 33$, maka diperoleh nilai t_{tabel} untuk variabel Biaya Pemasaran sebesar 1.69236 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,809. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_{a1} diterima yaitu Biaya Pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Nilai untuk t_{hitung} pada variabel Biaya Administrasi dan Umum sebesar -0,197. Nilai $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_{a2} ditolak yaitu Biaya Administrasi dan Umum tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

b. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Hasil dari Uji F ini dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Hasil Uji F
Tabel IV.11

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134416456631167.580	2	67208228315583.790	61.578	.000 ^b
	Residual	34925941632625.980	32	1091435676019.562		
	Total	169342398263793.560	34			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan Umum, Biaya Pemasaran

Berdasarkan uji F dari tabel IV.11 dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 61,578, sedangkan nilai F_{tabel} dapat diperoleh dengan menggunakan tabel F dengan derajat bebas $df = n-k = 35-3 = 32$. Residual (sisa) yaitu 32 sebagai df penyebut dan df Regression (perlakuan) yaitu 3 sebagai df pembilang dengan taraf signifikansi 0,05, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,90. Dalam hal ini nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $61,578 > 2,90$. Maka H_{a3} diterima H_{03} ditolak, artinya biaya pemasaran dan biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil dari Uji Koefisien Determinasi dapat dilihat dengan tabel berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.769	.769	1158319.859

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan Umum, Biaya Pemasaran

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan tabel IV.12 diperoleh angka R Square sebesar 0,769 atau 76,9% artinya biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum mampu menjelaskan variabel dependen yaitu laba bersih sebesar 76,9% sedangkan 23,1% dijelaskan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, hasil penelitian yang akan dibahas meliputi: pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih, pengaruh biaya administrasi dan umum, serta pengaruh biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

1. Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih

Biaya pemasaran yaitu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen dan menjualkan produknya kepada konsumen agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Hasil dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t memperoleh biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Jumingan dalam buku yang berjudul Analisis Laporan Keuangan, dimana jika perusahaan semakin baik menggunakan biaya operasional, meningkatkan pemasaran atau meningkatkan gaji karyawan yang akan

menunjang penjualan meningkat, maka laba yang akan diperoleh perusahaan juga akan mengalami peningkatan.²⁸

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu mengungkapkan biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.²⁹ Begitu juga dalam penelitian terdahulu lainnya yang mengungkapkan biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.³⁰

Kesimpulannya bahwa setiap kenaikan biaya pemasaran baik dari komisi penjualan, biaya iklan, dan biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan untuk memasarkan produknya, maka semakin meningkat pula daya tarik masyarakat untuk membeli produk yang diproduksi oleh perusahaan, sehingga laba yang didapatkan perusahaan pun semakin meningkat.

2. Pengaruh Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan. Biaya ini juga tergolong biaya tidak berubah dari waktu ke waktu, kecuali memang direncanakan untuk berubah. Hasil dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t memperoleh biaya administrasi dan umum tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

²⁸Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (PT Bumi Aksara, t.t.).

²⁹Septi Nurawilah, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Proaksi*, 2, 2 (2020). 2, 2 (2020).

³⁰Feren Daslim, "Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada PT. Sumatra Hakarindo Medan," *Jurnal Bisnis*, 2, 5 (2019).

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan biaya administrasi dan umum tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.³¹ Penelitian lainnya pun mengungkapkan bahwa biaya administrasi dan umum tidak berpengaruh terhadap laba bersih.³²

Kesimpulannya bahwa setiap kenaikan biaya administrasi dan umum baik dari listrik, pemakaian air, pemakaian mesin, photo copy, dan lain lain tidak akan menyebabkan kenaikan laba.

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

Biaya pemasaran yaitu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen dan menjualkan produknya kepada konsumen agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan. Maka hasil dalam penelitian ini dengan menggunakan uji F memperoleh biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Jumingan dalam buku yang berjudul Analisis Laporan Keuangan,

³¹Dhani Aprilyana, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada UKM Keripik Sehi Sukabumi," *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*, 1, 1 (2020): 7. 1, 1 (2020).

³²Aria Masdiana, "Pendapatan Usaha dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI," 2, 7 (2017).

dimana jika perusahaan semakin baik menggunakan biaya operasional, meningkatkan pemasaran atau meningkatkan gaji karyawan yang akan menunjang penjualan meningkat, maka laba yang akan diperoleh perusahaan juga akan mengalami peningkatan.³³

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum berpengaruh positif dan signifikan.³⁴ Penelitian lainnya pun menyatakan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum memiliki pengaruh terhadap peningkatan laba yang dalam penelitiannya berpengaruh positif dan signifikan.³⁵

Kesimpulannya bahwa setiap kenaikan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum secara bersamaan, maka laba yang didapatkan perusahaan pun semakin meningkat.

E. Keterbatasan Penelitian

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

1. Temuan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum masih terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi Laba Bersih pada PT. Indofood Sukses

³³Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (PT Bumi Aksara, t.t.).

³⁴Windi Wahyuni, "Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum serta Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih pada PT. Astra Agro Tbk," 2022.

³⁵Aprilyana, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada UKM Keripik Sehi Sukabumi." 1, 1 (2020).

Makmur Tbk., yaitu sebesar 37,9% .

2. Populasi dalam penelitian ini hanya laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. yang diambil melalui situs resmi [www. idx.co.id](http://www.idx.co.id).
3. Keterbatasan mengambil data dan tahun dalam penelitian ini yang berbentuk data sekunder, dimana peneliti hanya mengambil data seperlunya saja.
4. Keterbatasan dalam mengambil variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu variabel yang hanya berfokus pada variabel biaya pemasaran, administrasi umum, dan laba bersih.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel biaya pemasaran t_{hitung} adalah 4,809 sedangkan t_{tabel} 2,03693, $t_{tabel} < t_{hitung}$ yaitu $2,03693 < 4,809$. Maka H_1 diterima H_{01} ditolak, artinya biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. tahun 2014-2022.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel biaya administrasi umum t_{hitung} adalah -0,197 sedangkan t_{tabel} -2,03693, $t_{tabel} > t_{hitung}$ yaitu $-2,03693 > -0,197$. Maka H_2 ditolak H_{02} diterima, artinya biaya administrasi umum tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. tahun 2014-2022.
3. Berdasarkan uji F dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 61,578, sedangkan pada taraf signifikansi 0,05 nilai F_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus ($df = n-k-1$ atau $35-2-1= 32$), maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,29. Dalam hal ini nilai $F_{tabel} < F_{hitung}$ yaitu $3,29 < 61,578$. Maka H_3 diterima H_{03} ditolak, artinya biaya pemasaran dan

biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. tahun 2014-2022.

B. Saran

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

1. Bagi pihak PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., peneliti berharap semoga penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., agar sebisa mungkin harus bisa meningkatkan biaya pemasaran dengan melakukan promosi-promosi serta membuat iklan-iklan lebih kreatif lagi yang nantinya akan berpengaruh pada penjualan perusahaan, sehingga laba yang diperoleh perusahaan akan mengalami peningkatan.
2. Bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya. Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat menjadi sebagai sumber inspirasi, motivasi, dan menambah wawasan serta ilmu pengetahuan. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel terkait di luar penelitian ini agar hasil yang diperoleh lebih bervariasi yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja dapat memengaruhi laba bersih.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- Abdul Nasser. dkk. *Akuntansi Keuangan Menengah*. (Jakarta: Kencana, 2020).
- Abdul Nasser. dkk. *Belajar Mudah Akuntansi*. (Jakarta Timur: Prenada Media, 2019).
- Abdul Nasser. dkk. *Audit Bank Syariah*. (Jakarta Timur: Prenada Media, 2020).
- Abdul Nasser. dkk. *Akuntansi Manajemen: Teori dan Praktek*. (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022).
- Abdul Nasser. dkk. *Audit Bank Syariah*. (Jakarta Timur: Prenada Media, 2022).
- Abdul Nasser, dkk. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk(2011-2021)", dalam *Jurnal PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2022.
- Abdul Nasser, "Pasar Uang Syariah dalam Mensukseskan MEA", dalam *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Volume 1, Nomor 13, Tahun 2016.
- Abdul Nasser, dkk. "Analisis Laba Terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat", dalam *Journal of Islamic Social Finance Management*, Volume 2, Nomor 2, Tahun 2021.
- Abdul Nasser, "Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan", dalam *Jurnal Imara*, Volume 2, Nomor 1, Tahun 2018.
- Abdul Nasser, "Konsep Pemasaran Islam di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Kabupaten Tapanuli Selatan", dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Volume 6, Nomor 2, Tahun 2018.

- Aprilyana, Dhani. "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada UKM Keripik Sehi Sukabumi," dalam *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*, Volume 1, No. 1, Tahun 2020.
- Astono, Ari Dwi. *Manajemen Penganggaran* (Semarang: Qahar Publisher, 2021).
- Enterprise, Jubilee. *SPSS Untuk Pemula* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014).
- Gunardi, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pt. Sari Indah Teguh Purwakarta Periode 2013-2017," dalam *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, Volume 1, No. 4, 2019.
- Ihsan, Nurul. "Tinjauan Mengenai Bentuk-Bentuk Perusahaan Dalam Konsep Ekonomi Konvensional Dan Fiqh Islam" dalam *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 3, No. 1, 2013.
- Januarsah, Irpan. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan", *Jurnal Akuntansi*, Volume 5, No. 1, 2019.
- Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (PT Bumi Aksara, t.t.).
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*, (Surakarta: Ziyad, 2014).
- Masdiana, Aria. "Pendapatan Usaha dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Makanan dan Minuman," dalam *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Volume 7, No. 2, 2017.
- Mulyana, Asep. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015," dalam *Jurnal Manajemen Indonesia*, Volume 3, No. 17, 2017.
- Nasser, Abdul. dkk. *Akuntansi Keuangan Menengah*. (Jakarta: Kencana, 2020).
- Nurawilah, Septi. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih", dalam *Jurnal Proaksi*, Volume 2, No. 2, 2020.

- Pranajaya, Olivia Michelle, dan Susanti Widhiastuti, “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia” Desember 2021.
- Prasetyo, Yoyok. “Rasio Keuangan Sebagai Kriteria Saham Syariah,” *Jurnal Ekuibis*, Vol. 2, Nomor 1, 2017.
- Prima, Sofia, dkk. *Pengantar Akuntansi*. (Bogor: Penerbit IN MEDIA. 2017).
- Priyanto, Dwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. (Yogyakarta: PT. Andi Offset, 2014).
- Ridzal, Nining Asniar. “Analisis Biaya Pemasaran dan Profitabilitas Berdasarkan Jenis Produk”, dalam *Jurnal Akuntansi Manajemen*, Volume 1, Nomor 1, 2018.
- Shalehuddin, M. *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007).
- Sembiring, Masta, dan Siti Aisyah Siregar. “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih,” dalam *Jurnal Studi Akuntansi Keuangan*, Vol. 2, No. 3, 2018.
- Setiawan, Djodi, dan Nova Setia Wirasa, “Pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada PT. Adhikarya Tbk Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2014,” dalam *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Volume 2, No. 8, Tahun 2017.
- Sujawarni, V Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS. 2015).
- Suryani, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. (Jakarta Timur: Prenada Media, 2016).
- Wowor, Andrea Stefano. “Laba Bersih Dan Tingkat Risiko Harga Saham Pengaruhnya Terhadap Dividen Pada Perusahaan Otomotif,” dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 4, No. 2, 2014.

Zulaika dan Hamni Fadlilah. *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS*. (Medan: Merdeka Kreasi, 2021).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DARA PRIBADI

Nama : RINA NOVIANTI SIREGAR
Nim : 18 402 00187
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 23 November 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 2 dari 3 bersaudara
Alamat : Jl. Dr Payungan Dlt Gang Matahari Ujung, Kec.
Padangsidimpun Utara, Kota Padangsidimpun
Agama : Islam

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Alm. Zulkarnaen Siregar
Nama Ibu : Annisa Nasution
Alamat : Jl. Dr Payungan Dlt Gang Matahari Ujung, Kec.
Padangsidimpun Utara, Kota Padangsidimpun
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2007-2012 : SD N 200113 Padangsidimpun
Tahun 2012-2015 : SMP N 4 Padangsidimpun
Tahun 2015-2018 : SMK N 1 Padangsidimpun

LAMPIRAN

a. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Pemasaran	35	1325297	10049196	5014099.43	2373050.867
Biaya Administrasi dan Umum	35	809815	5314871	2654769.20	1327994.311
Laba Bersih	35	985979	11203585	3912582.89	2231738.957
Valid N (listwise)	35				

b. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1013525.32155353
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.120
	Negative	-.061
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

c. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		95,0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1077970.459	260.995		-.4130234	.000	-1078482.000	-1077458.918		
	Biaya Pemasaran	.987	.000	.893	12865.845	.000	.986	.987	.273	3.656

Biaya Administrasi dan Umum	-0.037	.000	-0.019	-280.124	.000	-0.037	-0.037	.273	3.656
-----------------------------	--------	------	--------	----------	------	--------	--------	------	-------

a. Dependent Variable: Laba Bersih

d. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-57220.498	233601.214		-.245	.808
	Biaya Pemasaran	.042	.101	.147	.418	.678
	Biaya Administrasi dan Umum	.220	.180	.427	1.219	.232

a. Dependent Variable: ABS_RES

e. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.891 ^a	.794	.781	1044717.989	.762

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan Umum, Biaya Pemasaran

a. Dependent Variable: Laba Bersih

f. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-281271.503	419100.415		-.671	.507

Biaya Pemasaran	.870	.181	.925	4.809	.000
Biaya Administrasi dan Umum	-.064	.323	-.038	-.197	.845

a. Dependent Variable: Laba Bersih

g. Uji t

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
B	Std. Error	Beta
-281271.503	419100.415	
.870	.181	.925
-.064	.323	-.038

a. Dependent Variable: Laba Bersih

h. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	134416456631167.580	2	67208228315583.790	61.578	.000 ^b
Residual	34925941632625.980	32	1091435676019.562		
Total	169342398263793.560	34			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan Umum, Biaya Pemasaran

i. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.769	.769	1158319.859

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi dan Umum, Biaya Pemasaran