



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA
PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PADA PT
KIMIA FARMA TBK (2014-2021)**

SKRIPSI

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

Oleh :

SALAWATI

NIM. 18 402 00167

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2023



PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA BERSIH PADA PT KIMIA
FARMA Tbk (2014-2021)

SKRIPSI

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

Oleh :

SALAWATI

NIM : 18 402 00167

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Ja'far Nasution, M.E.I.
NIDN. 2004088205

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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



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

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

Padangsidempuan, 04 Februari 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SYAHADA Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

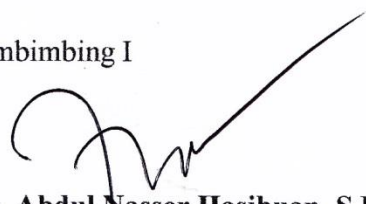
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **SALAWATI** yang berjudul **"Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Kimia Farma Tbk. (2014-2021)"** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

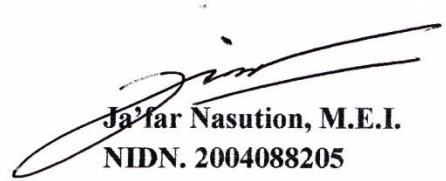
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


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

Pembimbing II


Ja'far Nasution, M.E.I.
NIDN. 2004088205

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : SALAWATI
NIM : 1840200167
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT Kimia Farma Tbk. (2014-2021)**

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, 12 Februari 2023

Saya yang Menyatakan,



SALAWATI
NIM. 1840200167

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

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

Nama : Salawati
NIM : 1840200167
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT Kimia Farma Tbk. (2014-2021)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 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 : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 12 Februari 2023

Yang menyatakan,



SALAWATI

NIM. 1840200167




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, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id


DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : SALAWATI
NIM : 18 402 00167
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Kimia Farma Tbk (2014-2021)


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 Alfadri, M.E
NIP. 199409282020121007


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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis /11 Mei 2023
Pukul : 14.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 70,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,57



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

PENGESAHAN

Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi
Terhadap Laba Bersih Pada PT. Kimia Farma Tbk
(2014-2021)
: SALAWATI
: 18 402 00167
Prestasi Kumulatif : 3,57
at : Pujian

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

Padangsidimpuan, 31 Juli 2023

Dekan,



Dr. H. Harahap, S.H.I., M.Si.
80818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Salawati

Nim : 18 402 00167

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada PT Kimia Farma Tbk

PT Kimia Farma Tbk adalah perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda tahun 1817, tentunya target utama perusahaan ini adalah menciptakan laba semaksimal mungkin. Laba PT Kimia Farma Tbk mengalami fluktuasi dari tahun 2014-2021 triwulan 1-IV. Dan tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT Kimia Tbk dari tahun 2014-2021.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang akuntansi yaitu apabila biaya mengalami peningkatan maka laba juga meningkat. Adapun fenomena yang terjadi adalah penurunan laba di tahun 2017 dan 2019 tidak disebabkan oleh peningkatan Biaya. Fenomena tersebut tidak sesuai dengan teori bahwa peningkatan Biaya akan mempengaruhi peningkatan laba.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *nonpurposive sampling* yaitu jenuh. Dalam penelitian ini terdapat 32 laporan keuangan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah data *time series* dengan *triwulan* terdiri dari 32 laporan keuangan. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 23. Teknik analisis yang digunakan adalah uji deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(5,082 > 2,045)$ artinya H_{a1} diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel *Biaya Produksi* terhadap *Laba Bersih*, variabel *Biaya Promosi* memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(5,150 > 2,045)$ artinya H_{a2} berpengaruh negatif terhadap *laba Bersih*. Sedangkan secara simultan variabel *Biaya Promosi* dan *Biaya Promosi* berpengaruh terhadap *Laba Bersih* dengan hasil uji F menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $(86,023 > 3,328)$ artinya H_{a3} diterima. Sedangkan uji determinasi R^2 *square* variabel sebesar 85,6%. Sedangkan sisanya 14,4% dijelaskan di variable lain seperti biaya pemasaran, biaya distribusi.

Kata Kunci: *Biaya Produksi, Biaya Promosi dan 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 Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada PT Kimia Farma Tbk (2014-2021)**”, 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. Ikhwanuddin, 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, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati Lubis, M.P, selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah 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. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, M.E.I 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 keluarga tercinta yaitu kepada Ayahanda Ramadhan Pakpahan Dan Ibunda Eprida Simamora 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 Adik saya tercinta satu-satunya Rizal Efandih Pakpahan serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Teristimewa juga kepada sahabat peneliti yaitu Ahmad Saefullah, Rina Novianti Siregar, Putri Kartika Ariyani, Fitri Meliani Pulungan dan Aisyah Fitri Utami Daulay terimakasih atas segala dukungan dan bantuan yang diberikan kepada peneliti, sehingga mampu memberikan semangat untuk peneliti dalam

menyelesaikan 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 yarabbalamin.

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, 2023
Peneliti

SALAWATI
NIM. 18 402 00167

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

| Huruf Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin | Nama |
|------------|------------------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ħa | ħ | Ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | Ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | žal | ž | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | Es dan ye |
| ص | šad | š | Es (dengan titik dibawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | za | z | 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..... | Vi |
| DAFTAR ISI..... | Xi |
| DAFTAR TABEL..... | Xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | Xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 5 |
| C. Batasan Masalah..... | 6 |
| D. Definisi Operasional Variabel | 6 |
| E. Rumusan Masalah | 7 |
| F. Tujuan Penelitian | 7 |
| G. Manfaat Penelitian | 8 |
| H. Sistematika Pembahasan | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Kerangka Teori..... | 12 |
| 1. Laba..... | 12 |
| a. Pengertian Laba..... | 12 |
| b. Laba Dalam Perspektif Islam..... | 12 |
| c. Jenis-Jenis Laba | 14 |
| d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih..... | 15 |
| e. Urgensi Laba | 16 |
| 2. Biaya | 17 |
| a. Defenisi Biaya..... | 17 |
| b. Klasifikasi Biaya | 17 |
| 3. Biaya Produksi | 18 |
| a. Pengertian Biaya Produksi | 18 |
| b. Produksi Dalam Presfektif Islam | 19 |
| c. Komponen-komponen Biaya Produksi | 20 |
| 4. Biaya Promosi | 22 |
| a. Pengertian Biaya Promosi | 22 |
| b. Sarana Promosi | 22 |
| 5. Hubungan Biaya Produksi Dengan Laba | 24 |

| | |
|--|----|
| 6. Hubungan Biaya Promosi Dengan Laba..... | 24 |
| B. Penelitian Terdahulu | 25 |
| C. Kerangka Pikir | 29 |
| D. Hipotesis..... | 30 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian | 34 |
| B. Jenis Penelitian..... | 34 |
| C. Populasi dan Sampel | 34 |
| a. Populasi..... | 34 |
| b. Sampel..... | 35 |
| D. Teknik Pengambilan Data..... | 35 |
| E. Metode Analisis Data..... | 36 |
| 1. Analisis Statistik Deskriptif | 36 |
| 2. Uji Normalitas | 36 |
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 37 |
| a) Uji Autokorelasi | 37 |
| b) Uji Heteroskedastisitas..... | 37 |
| c) Uji Multikolinearitas | 38 |
| 4. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 38 |
| a) Uji Signifikan Parsial (Uji-t)..... | 39 |
| b) Uji Parsial (Uji-F) | 39 |
| c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 40 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | |
| A. Gambar Umum PT Kimia Farma Tbk | 41 |
| 1. Sejarah PT Kimia Farma Tbk..... | 41 |
| 2. PT Kimia Farma Trading dan Distribution | 42 |
| 3. Visi dan Misi Strategi dan Budaya Perusahaan..... | 43 |
| a. Visi | 43 |
| b. Misi | 43 |
| c. Strategi | 43 |
| d. Budaya | 43 |
| 4. Struktur Organisasi PT Kiiia Farma..... | 44 |
| B. Deskriptif Data Penelitian | 45 |
| 1. Biaya Promosi, Biaya Produksi, Laba Bersih PT Kimia Farma Tbk | 45 |
| C. Hasil Penelitian | 48 |
| 1. Hasil Penelitian Analisis Statistik Deskriptif | 48 |
| 2. Hasil Penelitian Uji Normalitas..... | 48 |
| 3. Hasil Penelitian Asumsi Klasik..... | 50 |

| | |
|---|----|
| a. Uji autokorelasi | 50 |
| b. Uji Heterokedastisitas | 50 |
| c. Uji Multikelinearitas | 51 |
| 4. Hasil Penelitian Analisis Linier Berganda | 51 |
| a. Uji Hipotesis Parsial (t) | 53 |
| b. Uji Secara Simultan (Uji F)..... | 53 |
| c. Uji Determinasi (R) | 54 |
| D.Pembahasan Hasil Penelitian | 55 |
| a. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada PT Kimia Farma Tbk | 55 |
| b. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT Kimia Farma Tbk | 56 |
| c. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih PT Kimia Farma Tbk | 56 |
| E. Keterbatasan Penelitian | 59 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 59 |
| B. Saran..... | 59 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel I.1 : Data Laporan Keuangan PT. Kimia Farma Tbk..... | 4 |
| Tabel I.2 : Definisi Operasional Variabel..... | 6 |
| Tabel II. 1 : Penelitian Terdahulu..... | 25 |
| Tabel IV. 1 : Laporan Keuangan PT Kimia Farma Tbk..... | 43 |
| Tabel IV. 2 : Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 45 |
| Tabel IV. 3 : Hasil Uji Normalitas..... | 47 |
| Tabel IV.4 : Hasil Uji Autokorelasi..... | 47 |
| Tabel IV. 5 : Hasil Uji Multikolinieritas..... | 48 |
| Tabel IV. 6 : Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 48 |
| Tabel IV.7 : Hasil Uji Analisis Regresi Berganda..... | 49 |
| Tabel IV. 8 : Hasil Uji-T..... | 50 |
| Tabel IV. 9 : Hasil Uji -F..... | 51 |
| Tabel IV. 10 : Hasil Uji Determinasi..... | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|------------------------------------|----------------|
| Gambar II. 1 : Kerangka Pikir..... | 29 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum tujuan dari setiap perusahaan adalah untuk mencapai laba yang maksimum dan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Setiap perusahaan senantiasa melakukan inovasi agar dapat mencapai tujuan yang *going concern*. *Going concern* (kelangsungan hidup) bukan hanya menciptakan laba tiap periode tetapi juga senantiasa menciptakan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah keuntungan yang diperoleh oleh pemegang saham. Manajemen keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola keuangan perusahaan. Salah satu tugas manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang berarti manajemen harus dapat menghasilkan laba lebih besar dari biaya modal yang digunakan dalam operasional perusahaan.¹

Laba ialah keuntungan yang diperoleh perusahaan atau pendapatan di kurang modal. Maka dari itu jika pendapatan lebih kecil dari beban atau modal maka perusahaan akan mengalami kerugian. Sebaliknya, jika pendapatan suatu perusahaan lebih besar daripada beban tentu akan menghasilkan keuntungan untuk perusahaan. Laba suatu perusahaan merupakan gambaran perusahaan mengenai kinerja yang dicapai dari proses transaksi umum yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu dan laba merupakan indikator bagi para pemangku kepentingan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan. Dalam

¹M.Fuad, dkk., *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm 22.

mencapai laba tidak akan lepas dari yang namanya penjualan dan biaya operasional, karena penjualan dan biaya operasional merupakan suatu pengorbanan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan untuk mendapatkan laba.²

Khususnya yang terjadi pada PT. Kimia Farma Tbk yang mengalami fluktuasi pada Laba bersih yang meningkat dan menurun yang disebabkan oleh perlambatan ekonomi, berubahnya pola konsumsi masyarakat, adanya keterbatasan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah pada masa pandemi, tingginya tingkat suku bunga kredit meningkatkan penyisihan kredit bermasalah, perubahan dari akibat nilai tukar rupiah dan pertumbuhan ekonomi yang tingginya persaingan dan lain sebagainya yang mempengaruhi data keuangan. Laba bersih yang meningkat secara drastis pada tahun 2021 Rp 289.888.789 dari Rp 20.426 dan menurun secara drastis pada tahun 2019 Rp 15.890 dari 401.792.809. laba bersih yang meningkat dan menurun secara drastis dari tahun 2017-2021.

Faktor yang mempengaruhi laba adalah perubahan harga jual, perubahan dalam volume penjualan dan perubahan dalam biaya. Biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh. Biaya merupakan komponen penting yang harus dipertimbangkan dalam menentukan harga jual produk dan jasa.³ Biaya menurut Kasmir dalam bukunya analisis laporan keuangan “memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap laba bersih. Dan biaya produksi berubah sebanding dengan perubahan volume

²Abdul Nasser., dkk. *Akuntansi Keuangan Menengah*, (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 59.

³Abdul Nasser Hasibuan, dkk., *Belajar Mudah Akuntansi* (Jakarta Timur: Prenada Media Group), 2019.

penjualan dengan demikian apabila biaya meningkat maka laba bersih juga meningkat”. Biaya produksi yang dimaksudkan disini adalah mencakup biaya bahan baku langsung.⁴

Biaya-biaya tersebut akan meningkat ataupun menurun sejalan dengan kenaikan atau kemerosotan produksi atau volume penjualan. Kenaikan volume penjualan akan disertai dengan peningkatan laba, sebab salah satu faktor yang mempengaruhi laba adalah kenaikan volume penjualan. Sesuai dengan yang di sampaikan oleh Adiwarman Karim “setiap penambahan satu *input* maka akan berdampak pada peningkatan keluaran(*output*)”.

Biaya promosi juga masuk dalam kategori penentuan tinggi besarnya volume penjualan. Biaya promosi juga merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting, yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Sudah pasti suatu perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualannya untuk mendapatkan laba yang lebih besar dan kita melihat betapa berperannya promosi dalam upaya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba.⁵

Promosi juga digunakan untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan nilai tambah produk dan mengendalikan volume penjualan. Seperti yang dikatakan oleh Jumingan “jika volume penjualan berubah biasanya biaya promosi penjualan akan ikut berubah pula. Ketika volume penjualan berubah secara bersamaan laba juga akan mengalami perubahan”. Hal ini berarti bahwa jika biaya promosi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan,

⁴Abdul Nasser Hasibuan, “Standar Akuntansi Keuangan Relevansi Pedoman No. 30 Dengan Hukum Islam”, *Jurnal Istinbath* Vol. 20, Tahun 2021

⁵Abdul Nasser, dkk., *Akuntansi Keuangan Menengah*, (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 59.

maka diharapkan laba meningkat, sedangkan jika biaya promosi meningkat tetapi volume penjualan menurun atau kurangnya promosi, maka laba akan menurun”

Berikut adalah laporan Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Laba bersih pada PT Kimia Farma Tbk yang terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2021.

Tabel 1
Laba Bersih PT. Kimia Farma
(Dinyatakan dalam Jutaan Rupiah)

| Tahun | Biaya Produksi | Biaya Promosi | Laba Bersih |
|--------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| 2014 | 20.726.180.216 | 78.640.168.932 | 236.531.070.864 |
| 2015 | 24.553.003.657 | 116.295.497.071 | 265.549.762.082 |
| 2016 | 18.785.440.653 | 163.369.835.952 | 271.597.947.663 |
| 2017 | 11.307.619.124 | 296.053.211.392 | 331.707.917 |
| 2018 | 1.731.273.397 | 489.238.431 | 401.792.809 |
| 2019 | 1.697.635.068 | 616.199.180 | 15.890 |
| 2020 | 1.467.353.397 | 413.150.494 | 20.426 |
| 2021 | 3.724.527.724 | 343.126.660 | 289.888.789 |

Sumber: www.idx.co.id penelitian diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan laba bersih dari tahun 2015 mengalami peningkatan sebesar (10,9%) dari tahun 2014, pada tahun 2016 laba bersih mengalami fluktuasi yaitu meningkat dan menurun. Pada tahun 2017 laba bersih mengalami penurunan sebesar (8,17%) dari tahun 2016. Pada tahun 2018 laba bersih mengalami peningkatan sebesar (1,74%) dari tahun 2017. Pada tahun 2019 laba bersih mengalami penurunan sebesar (252,84%). Dari tahun 2018. Pada tahun 2020 laba bersih mengalami peningkatan sebesar (222,06%) dari tahun 2019 dan pada tahun 2021 laba bersih terus meningkat sebesar (99,9%).

Oleh karena itu fenomena tersebut tidak sesuai dengan apa yang disebutkan di atas, bahwa peningkatan biaya akan mempengaruhi volume penjualan, peningkatan volume penjualan akan berimplikasi pada kenaikan laba dan berdasarkan fenomena penurunan laba di tahun 2017 dan 2019 ini tidak disebabkan oleh peningkatan biaya tetapi ada faktor lain yaitu berubahnya pola konsumsi masyarakat, perlambatan ekonomi dan adanya keterbatasan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah pada masa pandemi. Fenomena tersebut tidak sesuai dengan teori, bahwa peningkatan biaya akan mempengaruhi peningkatan laba bersih.

Berdasarkan permasalahan-pemmasalahan yang ada di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Kimia Farma, Untuk itu penelitian ini akan dituangkan lebih lanjut dengan mengambil judul penelitian **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT Kimia Farma.**

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah yang terdapat didalamnya.

1. Terjadinya fluktuasi pada Laba Bersih PT. Kimia Farma Tbk dan memberikan perubahan yang tidak menetap dari tahun 2016-2020.
2. Meningkatnya biaya produksi tidak menjamin meningkatnya Laba yang didapatkan.
3. Meningkatnya biaya promosi tidak menjamin meningkatnya Laba yang didapatkan

4. Ketidaksesuaian antara teori dengan kenyataan dalam menilai laba pada PT.

Kimia Farma Tbk.

C. Batasan Masalah

Peneliti tidak akan mengungkapkan semua masalah yang diidentifikasi di atas. Penelitian ini dibatasi agar dapat mengungkapkan masalahnya secara cermat, tuntas dan mendalam disamping keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti. Penelitian ini akan dibatasi pada dua variabel bebas yaitu biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) dan satu variabel terikat yaitu laba bersih (Y).

D. Defenisi Operasional Variabel

Tabel 1
Defenisi Operasional Variabel

| Variabel | Defenisi | Pengukuran variabel | Skala pengukuran |
|--------------------|--|--|-------------------------|
| Laba Bersih (Y) | Kelebihan penghasilan atas biaya selama satu periode akuntansi. | Laba kotor –biaya-biaya usaha | Rasio |
| Biaya Produksi(X1) | Biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual | Semua biaya dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik yang berasal dari pabrik | Rasio |
| Biaya Promosi (X2) | Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan | Semua biaya yang mencakup biaya promosi. | Rasio |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>konsumendan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen.</p> | | |
|--|---|--|--|

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah serta definisi operasional variabel, dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021?
2. Apakah ada pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021?
3. Apakah ada pengaruh biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021?

F. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan terhadap ketiga variabel tersebut bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021.

2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan secara objektif akan bermanfaat untuk objek penelitian, peneliti lain, keilmuan, dan bagi peneliti sendiri sebagai berikut:

1. Bagi objek penelitian, yaitu pimpinan PT. Kimia Farma, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam hal meningkatkan laba dan mengefisiensi biaya.
2. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau literatur untuk penelitian-penelitian yang relevan selanjutnya.
3. Bagi keilmuan, yaitu akan dapat membuktikan aplikasi teori yang dipelajari dengan fakta yang terjadi di dunia nyata.
4. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan khususnya mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan pengumpulan data gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisannya akan dibagi ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I adalah pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Identifikasi masalah yaitu berisi uraian-uraian yang mengantarkan kepada masalah dan menunjukkan adanya masalah yang menjadi objek penelitian, peneliti memulai uraian-uraian dari konsep ideal yang berkaitan dengan masalah penelitian dan dilanjutkan dengan uraian-uraian yang memaparkan fenomena-fenomena umum dalam realitas di lapangan yang bertentangan atau tidak sesuai dengan teori tersebut.

Batasan masalah yaitu peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya pada beberapa aspek atau sub masalah yang dipandang lebih dominan dan urgen. Dimana dalam penelitian ini masalah dibatasi biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih. Definisi operasional variabel yaitu menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti, serta menjelaskan pengukuran dan skala yang digunakan dalam penelitian

Rumusan masalah yaitu penjabaran hal-hal yang menjadi pertanyaan dan yang akan dijawab dalam penelitian. Rumusan masalah dibuat dalam bentuk pertanyaan yang bersifat umum dan khusus. Tujuan penelitian merupakan jawaban terhadap rumusan masalah atau berupa pernyataan yang mengungkapkan hal-hal yang akan diperoleh pada akhir penelitian. Kegunaan penelitian menjelaskan manfaat yang hendak diperoleh dari hasil penelitian. Hal ini dapat dijelaskan dalam dua bentuk, yakni kegunaan bersifat teoritis dan kegunaan bersifat praktis.

Sistematika pembahasan yaitu menuliskan kembali seluruh yang termuat dalam daftar isi. Penulisan sistematika yang benar, selain menyemukakan seluruh yang tercantum pada daftar isi, juga memberi penjelasan bagaimana

sistematika penulisan yang dilaksanakan mulai dari bagian awal hingga akhir sehingga penulisan penelitian benar-benar sistematis, jelas dan mudah dipahami.

BAB II adalah landasan teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu kerangka pikir dan hipotesis. Kerangka teori ialah pembahasan dan uraian-uraian tentang objek penelitian sesuai dengan teori atau konsep yang diambil dari segala yang dijadikan referensi dalam penelitian. Penelitian terdahulu mencantumkan beberapa penelitian dari orang lain yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pikir yaitu berisi tentang pemikiran peneliti tentang variabel atau masalah penelitian yang ingin diselesaikan pemecahannya. Hal ini menyangkut hubungan variabel dan solusinya yang terkait dengan problematika penelitian yang diangkat berdasarkan teori atau konsep para ahli yang kemudian dinyatakan dalam sebuah pemikiran oleh peneliti. Hipotesis yaitu uraian yang menjelaskan jawaban sementara terhadap masalah penelitian berdasarkan hasil kajian kerangka teori. Jawaban sementara ini akan diuji kebenarannya melalui hasil analisis data.

BAB III adalah metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, dan analisis data. Lokasi dan waktu penelitian yaitu uraian yang menjelaskan tempat dilakukan penelitian dan rentang waktu pelaksanaan penelitian yang dimulai dari awal penulisan proposal hingga penulisan laporan penelitian terakhir. Jenis penelitian menjelaskan jenis penelitian yang akan dilaksanakan dan karakteristiknya dan

menjelaskan pendekatan yang dilakukan, yakni kuantitatif. Populasi dan sampel yaitu ada hubungannya dengan generalisasi. Namun bila jumlah populasi sedikit, maka tidak ada penetapan sampel. Bila jumlah populasinya besar, dapat ditetapkan sampel sesuai dengan aturan yang ada dalam metodologi penelitian. Teknik pengumpulan data disesuaikan dengan bentuk sumber data dan jenis pendekatan penelitian. Untuk penelitian dokumentasi, pengumpulan datanya dilakukan dengan menelaah buku-buku atau arsip yang ada dan bahan lain yang menjadi sumber data. Analisis data adalah menggunakan bantuan software SPSS, yang terdiri dari analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda; mencakup uji t, uji F, uji R Square.

BAB IV adalah hasil penelitian yang terdiri dari temuan penelitian yaitu: menguraikan sejarah PT. Kimia Farma Tbk., visi dan misi PT. Kimia Farma Tbk., Struktur Organisasi PT Kimia Farma Tbk, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

BAB V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat jawaban-jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah dan merupakan penarikan generalisasi dari hasil temuan penelitian yang termuat pada bab IV, karena isinya padat, singkat dan harus tepat. Kemudian saran-saran adalah memuat pokok-pokok pikiran peneliti kepada pihak-pihak yang terkait dengan masalah atau objek penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan dan tindakan mereka.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Laba

a. Pengertian Laba

Laba adalah jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain, dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi. Laba (rugi) merupakan hasil perhitungan secara berkala yaitu laba yang diperoleh perusahaan memberi gambaran bagi perusahaan dalam menilai keberhasilan penjualan, dimana semakin besar jumlah laba yang didapatkan perusahaan semakin baik.⁶

Sedangkan, *accounting income* atau laba akuntansi adalah perubahan dalam ekuitas (*net asset*) dari suatu *entity* selama satu periode tertentu yang diakibatkan oleh transaksi dan kejadian atau peristiwa yang berasal dari bukan pemilik.⁷ Dalam *income* termasuk seluruh perubahan dalam ekuitas selain dari pemilik dan pembayaran pada pemilik termasuk laba dalam menurut pajak.

b. Laba Dalam Presfektif Islam

Sesungguhnya Allah SWT menyuruh kita berpegang kepada keadilan dan berbuat ihsan dalam segala hal. Ihsan adalah sebab dari sebuah kemenangan dan kebahagiaan dan itu berlaku terhadap

⁶Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hlm. 44.

⁷Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2011), hlm. 55.

perniagaan seperti mendapatkan keuntungan. Dalam mengambil laba ketika berbisnis ini menurut Abu Hamid Al Ghazali berpendapat bahwa laba yang boleh diambil berkisar 5% sampai 10% dan tidak boleh melebihi batasan itu, karena mengambil/meraih keuntungan melebihi kewajaran termasuk perbuatan zalim, walaupun disertai penipuan. 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.

Allah memerintahkan kepada kita untuk menjalankan keadilan dan berbuat kebaikan(ihsan). Dan firmanNya pada Surah an-Nahl[16] ayat 90:

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.⁸

Derajat ihsan itu bias tercapai dengan salah satu dari 6 perkara yaitu pada transaksi jual beli tidak boleh melakukan perbuatan seperti menipu. Meskipun mengambil keuntungan ketika melakukan penjualan sesuatu(barang atau jasa) merupakan sesuatu yang diperbolehkan,

⁸Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (Jakarta: Bintang Indonesia, 2014), hlm. 48.

mengingat melakukan yang demikian itu memang tujuan utamanya.

Pendapat Abu Hamid Al Ghazali memang sangat baik dan para pebisnispun akan terhindar dari segala perbuatan negatif dalam berbagai bentuk penipuan, kebohongan, mengambil kesempatan dalam kesempitan dan kezaliman terhadap pembeli. Akan tetapi pendapat Abu Hamid Al Ghazali jika dilihat pada perkembangan zaman sekarang ini sudah tidak bisa dijadikan patokan umum. Karena zaman sekarang ini sudah sangat banyak sekali pebisnis yang mengambil keuntungan lebih dari batasan yang dikemukakan oleh Imam Al Ghazali dan sudah sangat banyak sekali pebisnis yang mengambil keuntungan sampai dengan berkali-kali lipat dari harga beli barang tersebut. Dikarenakan para pebisnis memperhitungkan segala biaya-biaya, risiko yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang dagangannya.

c. Jenis-jenis Laba

1) Laba Bersih

Laba bersih adalah angka terakhir dari laporan laba rugi (*net profit*). Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Sebaliknya, apabila perusahaan menderita rugi, angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah rugi bersih (*net loss*). Laba bersih mencerminkan pencapaian dari suatu perusahaan (penghasilan) dalam hubungan terhadap usaha (biaya-biaya) selama satu periode tertentu. Jika penghasilan melebihi biaya-biaya, hasilnya disebut laba bersih ($\text{Penghasilan} - \text{Biaya} = \text{Laba Bersih}$). Jika biaya-biaya melebihi penghasilan, perbedaan disebut rugi bersih.

2) Laba Bruto

Laba bruto adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga

pokok penjualan disebut laba bruto (*gross profit*) atau margin kotor (*gross margin*).⁹ Laba kotor juga disebut sebagai laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali diperoleh oleh perusahaan.

3) Laba Usaha

Laba usaha adalah jumlah laba bruto dikurangi dengan beban usaha (*income from operation*) atau disebut juga dengan laba operasi (*operating income*). Laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.

d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih

Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba bersih suatu perusahaan yaitu:¹⁰

- 1) naik turunnya jumlah unit yang dijual dan harga jual perunit
- 2) naik turunnya harga pokok penjualan, perubahan harga pokok penjualan ini dipengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dari harga perunit atau harga pokok perunit.
- 3) naik turunnya biaya usaha (biaya operasional), dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variabel jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan operasi perusahaan.
- 4) naik turunnya pos penghasilan atau biaya non operasional, yang

⁹Abdul Nasser Hasibuan, dkk., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Pada PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK Tahun 2011-2021," *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, No 1, Juni 2022.

¹⁰Ika Putri Ocktaviyanti, Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Media Pressindo (*Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013*).

dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan kebijaksanaan dalam pemberian atau penerimaan.

- 5) naik turunnya pajak perseroan, yang dipengaruhi oleh besar kecilnya laba yang diperoleh atau tinggi rendahnya tariff pajak. Adanya metode perubahan dalam metode akuntansi.
- 6) adanya perubahan dalam metode akuntansi.

Pendapat lain mengenai penyebab perubahan laba disebutkan oleh Kasmir dalam bukunya “Analisis Laporan Keuangan” adalah sebagai berikut:¹¹

- 1) Berubahnya harga jual. Artinya berubahnya harga jual yang dianggarkan dengan harga jual pada periode sebelumnya.
- 2) Berubahnya jumlah kuantitas (volume) barang yang dijual. Artinya, perubahan jumlah barang yang dijual dari jumlah yang dianggarkan dengan jumlah periode sebelum.
- 3) Berubahnya harga pokok penjualan. Artinya, perubahan harga pokok penjualan pada periode sebelum.

Pendapat-pendapat di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi laba diantaranya; volume penjualan, biaya-biaya usaha baik biaya operasional maupun non operasional, harga pokok penjualan, harga jual, pajak perseroan, serta metode dalam akuntansi.

¹¹ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

e. Urgensi Laba

Laba merupakan informasi penting dalam suatu laporan keuangan.

Angka ini penting untuk:

- 1) Perhitungan pajak, berfungsi sebagai dasar pengenaan pajak yang akan diterima negara.
- 2) Menghitung dividen yang akan dibagikan kepada pemilik dan yang akan ditahan dalam perusahaan.
- 3) Menjadi pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan.
- 4) Menjadi dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya dimasa yang akan datang.
- 5) Menjadi dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi.
- 6) Menilai prestasi atau kinerja perusahaan atau segmen perusahaan atau divisi.
- 7) Perhitungan zakat sebagai kewajiban manusia sebagai hamba kepada Tuhannya melalui pembayaran zakat kepada masyarakat.

2. Biaya

a. Defenisi Biaya

Pengertian biaya adalah aliran pemakaian lain aktiva atau timbulnya utang selama satu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa, atau dari pelaksanaan kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha. Selain itu, biaya juga disebut sebagai penurunan *gross* dalam *asset* atau kenaikan *gross* dalam

kewajiban yang diakui dan dinilai menurut prinsip akuntansi yang diterima yang berasal dari kegiatan mencari laba yang dilakukan perusahaan. Biaya (*expense*) juga didefinisikan sebagai arus keluar aktiva, penggunaan aktiva atau munculnya kewajiban atau kombinasi keduanya selama satu periode yang disebabkan oleh pengiriman barang, pembuatan barang, pembebanan jasa atau pelaksanaan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan.

Biaya juga disebut sebagai pengeluaran yang diukur dalam moneter yang telah dikeluarkan atau potensial akan dikeluarkan untuk memperoleh atau mencapai tujuan tertentu.

b. Klasifikasi Biaya

Biaya biasanya dibagi dalam tiga golongan, yaitu:¹²

- a) Biaya yang dihubungkan dengan penghasilan pada periode itu.
- b) Biaya yang dihubungkan dengan periode tertentu yang dikaitkan dengan penghasilan.
- c) Biaya yang karena alasan praktis tidak dapat dikaitkan dengan periode manapun.

3. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Produksi merupakan kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan atau pembuatan barang dan jasa. Istilah produksi cenderung dikaitkan dengan pabrik, mesin maupun lini perakitan karena pada

¹² Jumingan, *Analisa Laporan Keuangan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 33.

mulanya teknik dan metode dalam manajemen produksi memang digunakan untuk mengoperasikan pabrik atau kegiatan perakitan yang lainnya.

Secara umum produksi juga didefinisikan suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi hasil keluaran (*output*). Adapun pengertian produksi secara luas sebagai kegiatan yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), mencakup semua aktivitas atau kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau menunjang usaha untuk menghasilkan produk tersebut.

Dalam arti sempit, pengertian produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan barang, baik barang jadi maupun barang setengah jadi. Dengan demikian, produksi dimasukkan sebagai kegiatan pengolahan dalam pabrik. Produksi yang disebutkan di atas sudah tentu tidak didapat dengan cuma-cuma, melainkan harus dibeli karena tidak ada satu faktor produksi yang merupakan barang bebas, semuanya adalah barang ekonomi, sehingga untuk mendapatkannya tentu harus dilakukan pengorbanan. Adapun bentuk pengorbanan ini, yang paling jelas adalah pembelian. Dengan demikian pengorbanan yang dilakukan adalah dengan mengeluarkan biaya untuk pembelian, atau secara sederhana disebut dengan biaya produksi.¹³

¹³Djamalu Novita, Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012, (*Skripsi, Universitas Negeri Gorontalo, 2013*), hlm. 75.

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

b. Produksi dalam Prespektif Islam

Produksi dalam ekonomi Islam merupakan salah satu prinsip bagi kelangsungan hidup dan juga peradaban manusia dan bumi. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dan menyatunya manusia dengan alam. Maka untuk menyatukan manusia dengan alam ini, Allah telah menetapkan bahwa manusia berperan sebagai khalifah.

Bumi adalah lapangan dan medan, sedang manusia adalah pengelola segala apa yang terhampar dimuka bumi untuk dimaksimalkan fungsi dan kegunaannya. Produksi mempunyai peranan penting dalam menentukan taraf hidup manusia dan kemakmuran suatu bangsa.

Al-Qur'an telah meletakkan landasan yang kuat terhadap produksi, seperti dalam Q.S Al-Qhashash ayat 73:

وَمِنْ رَحْمَتِهِ جَعَلَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ لِتَسْكُنُوا فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ٧٣

Artinya: “supaya kamu mencari karunia Allah, mudah-mudahan kamu bersyukur.

Kata-kata litabtagu bermakna keinginan, kehendak yang sungguh-

sebenarnya untuk mendapatkan sesuatu yang menunjukkan sesuatu yang tak terbatas. Sedangkan *fadl* (karunia) berarti perbaikan ekonomi yang menjadikan kehidupan manusia secara ekonomis mendapatkan kelebihan dan kebahagiaan. Ayat ini menunjukkan, bahwa mementingkan kegiatan produksi merupakan prinsip yang mendasar dalam ekonomi Islam. Kegiatan produksi mengerucut pada manusia dan eksistensinya, pemerataan kesejahteraan yang dilandasi keadilan dan kesemaslahatan bagi seluruh manusia di muka bumi ini.

c. Komponen-Komponen Biaya Produksi

Komponen biaya produksi tersebut terdiri atas biaya bahan dan biaya tenaga kerja langsung, yang diklasifikasikan sebagai biaya langsung, dan dapat dikelompokkan pula sebagai biaya variabel, serta biaya penggunaan mesin dan peralatan yang diklasifikasikan sebagai biaya tidak langsung yang diperhitungkan melalui penyusutan (depresiasi) mesin dan peralatan dalam bentuk biaya *overhead* pabrik, dan dapat dikelompokkan pula sebagai biaya tetap.¹⁴

1) Biaya Bahan Baku

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

¹⁴ *Ibid.*

bahan baku adalah biaya atau pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh bahan baku.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pekerjaan karyawan-karyawan yang dapat secara fisik dan mudah ditelusuri dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi disebut tenaga kerja langsung (*indirect labor*). Contoh biaya tenaga kerja langsung adalah biaya pekerja konstruksi, tenaga kerja pengirim makanan pesanan ke rumah-rumah, dan tenaga kerja perakitan dalam industri sepeda motor. Untuk menentukan biaya tenaga kerja langsung, perusahaan biasanya mengalikan jumlah jam kerja langsung dengan tarif gaji per jam kerja.

3) Biaya Overhead Pabrik

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

d. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Produksi

1. *Man* (Manusia) merujuk pada manusia sebagai tenaga kerja.
2. *Machines* (Mesin) merujuk pada mesin sebagai fasilitas penunjang kegiatan perusahaan baik operasional maupun non operasional.

3. *Money* (Uang/Modal) merujuk pada uang sebagai modal untuk pembiayaan seluruh kegiatan perusahaan.
4. *Method* (Metode/Prosedur) merujuk pada metode/prosedur sebagai panduan pelaksanaan kegiatan perusahaan.
5. *Materials* (Bahan Baku) merujuk pada bahan baku sebagai unsur utama untuk diolah sampai akhir untuk diserahkan pada konsumen.

4. Biaya Promosi

a. Pengertian Biaya Promosi

Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi suatu produk. Dalam melakukan promosi seorang *marketer* harus memiliki sebuah etika sebagai suatu acuan dalam melakukan pemasaran yang sesuai dengan syariah. Ada 9 etika pemasaran yang menjadi prinsip-prinsip bagi syariah *marketer* dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran yaitu:

1. Memiliki kepribadian spiritual (*takwa*)
2. Berperilaku baik dan simpatik. Al-quran mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik.
3. Berlaku adil dalam bisnis, Allah menyuruh hambanya agar berbisnis secara adil. Berbisnis secara adil hukumnya wajib tidak hanya himbauan dari Allah SWT.
4. Bersikap melayani dan rendah hati, sikap melayani merupakan

sikap utama dari seorang pedagang. Tanpa sikap melayani yang melekat dalam kepribadiannya, seseorang tidak dapat dikatakan berjiwa pedagang. Allah SWT berfirman dalam Q.S Ali Imran ayat 159.

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka...¹⁵

Kata-kata ayat diatas yang menjelaskan tentang melayani dengan sikap rendah hati adalah kata *linta lahum wa lau kunta fazhzhangalizhal qalbi lanfadhdhu min haulik*. Kata ini dapat menjadi salah satu bukti bahwa Allah SWT mendidik dan membentuk kepribadian nabi Muhammad SAW. Menjadi pribadi yang lemah lembut dan sekiranya beliau bersikap keras lagi berhati kasar maka umatnya akan menjauhkan diri.

Hal ini mengidentifikasi bahwa manusia sudah selayaknya sudah memiliki sifat lemah lembut dan tidak keras lagi berhati kasar sehingga orang lain tidak menjauh. Dalam kegiatan promosi sikap lemah lembut

¹⁵ Departemen Agama RI, Op. Cit, hlm. 112.

dengan tidak keras lagi berhati kasar sangat penting dilakukan untuk menarik perhatian nasabah dengan tujuan akhir nasabah akan membeli produk kita, sekiranya kita bersikap keras lagi berhati kasar maka nasabah akan menjauhkan diri.

Dalam ayat ini Allah SWT mengajarkan agar hambanya rendah hati dan bertutur kata yang manis, seorang *marketer* syariah harus berperilaku baik dan bersikap lemah lembut yang dimiliki, maka nasabah akan merasa senang dan akan tertarik dengan produk yang kita tawarkan.

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

i. Sarana Promosi

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

1. Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing.¹⁶

¹⁶ Ricky W Griffin & Ronald J. Ebert, *Bisnis, Ed. 8*, (Jakarta: Erlangga, 2005).

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

2. Promosi Penjualan (*sale promotion*)

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

3. Penjualan Pribadi (*personal selling*)

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

4. Publistas

Promosi yang terakhir adalah publisitas, dimana kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan stan promosi dipusat perbelanjaan, sponsorship kegiatan, program *Corporate Social Responsibility* (CSR), mendukung

atau berperan serta dalam kegiatan amal.

b. Hubungan Biaya Produksi Dengan Laba

Tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh.¹⁷

Berdasarkan hal tersebut, menjelaskan bahwa biaya produksi mempengaruhi laba, dimana ketika biaya produksi ditingkatkan maka akan menambah volume produksi yang nantinya akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh perusahaan. Dengan kata lain semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan maka jumlah produksi yang dihasilkan juga akan semakin besar yang pada nantinya meningkatkan potensi pendapatan perusahaan. Sebaliknya, biaya produksi yang meningkat namun tidak diimbangi dengan peningkatan pendapatan justru akan menekan laba yang bisa diperoleh perusahaan atau bahkan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

c. Hubungan Biaya Promosi dengan Laba

Persaingan antara perusahaan yang memproduksi produk sejenis semakin ketat. Perusahaan harus menerapkan strategi promosi yang sesuai dengan perkembangan zaman, untuk mengatasi persaingan tersebut. Promosi sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat atau konsumen.

¹⁷ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), hlm. 41.

Tujuan diadakannya promosi ini untuk memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menstabilkan penjualan, memposisikan produk dan membentuk citra produk. Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan akan menimbulkan biaya, biaya tersebut disebut Biaya Promosi. Biaya Promosi yang dikeluarkan diharapkan dapat meningkatkan Volume Penjualan yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan Laba.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada hasil penelitian terdahulu, yang juga meneliti tentang faktor-faktor laba. Penelitian terdahulu peneliti dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|---|--|--|
| 1. | Novita Djamalu (Skripsi, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, 2013) | Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Persuahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012 | Ada pengaruh yang signifikan antara biaya produksi dengan laba sebesar 98,47%. Sedangkan sisanya sebesar 1,53% dipengaruhi oleh variabel lain. |
| 2. | Desti Dwi Lestari (Skripsi, Universitas Pendidikan Isndonesia, Bandung, 2013) | Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Pd. Rasa Asli Ciamis) | Ada pengaruh yang signifikan antara efesiensi biaya produksi terhadap laba bersih pada PD. Rasa Asli Ciamis |
| 3. | Zulyanto Ariwibowo (Skripsi, Universitas Gunadarma, | Pengaruh Promosi Terhadap Laba Bersih PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk | Biaya promosi memiliki pengaruh terhadap hasil laba bersih sebesar 68.2% sedangkan sisanya dari |

| | | | |
|----|---|--|---|
| | Depok, 2014) | | variabel lain sedangkan sisanya sebesar 31.8% dipengaruhi oleh variable lain |
| 4. | Yonnade Arga Putra (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014) | Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Jatèn Kabupaten Karanganyar) | Ada, pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jatèn Kabupaten Karanganyar, sebesar 7,314 dengan $p = 0,000 < 0,05$. |
| 5. | Made Juni Widyana (Jurnal Penelitian, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Singaraja, 2014). | Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Ud Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012 | Biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan sebesar 78,5%. |
| 6. | Putu Rustami (Jurnal Penelitian, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Singaraja, 2014) | Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis | Ada hubungan pengaruh secara simultan dari biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba sebesar 71,8%. |
| 7 | Elya Lambok Dewi T (Skripsi, Universitas Persada Indonesia, Y.A.I, Jakarta 2015) | Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi Dengan Laba Bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. |

Perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian

yang dilakukan Novita Djamalu yaitu; (1) penelitian yang dilakukan Novita Djamalu memuat dua variabel, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti memuat tiga variabel. (2) penelitian yang dilakukan Novita Djamalu memuat beberapa perusahaan manufaktur, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan hanya fokus pada satu perusahaan. (3) dalam analisis datanya, Novita Djamalu menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan penulis menggunakan analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan dengan Desti Dwi Lestari yaitu; (1) penelitian yang dilakukan Desti Dwi Lestari menggunakan metode analisis data regresi linear sederhana, sedangkan peneliti menggunakan metode analisis data regresi linear berganda. (2) penelitian yang dilakukan Desti Dwi Lestari menggunakan data primer sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan data skunder.

Perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan Zulyanto Ariwibowo yaitu; (1) penelitian yang dilakukan Zulyanto Ariwibowo memuat dua variabel, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti memuat tiga variabel. (2) penelitian yang dilakukan Zulyanto Ariwibowo memuat menggunakan analisis data regresi sederhana, sedangkan peneliti menggunakan metode analisis data regresi berganda.

Perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan Yonnade Arga Putra yaitu; (1) penelitian yang dilakukan

Yonnade Arga Putra memuat variabel independen biaya produksi dan penjualan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti memuat variabel independen biaya produksi dan biaya promosi. Jadi perbedaannya terletak disalah satu variabel independennya. (2) penelitian yang dilakukan Yonnade Arga Putra di Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyer, sedangkan peneliti melakukan penelitian di PT Kimia Farma.

Perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan Made Juni Widyana yaitu; (1) penelitian yang dilakukan Made Juni Widyana bertempat di UD Surya Logam Desa Temukus, sedangkan peneliti melakukan penelitian di PT Kimia Farma. (2) penelitian yang dilakukan Made Juni Widyana menggunakan data primer sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan data skunder. (3) dalam analisis datanya Made Juni Widyana tidak memuat analisis statistik deskriptif sedangkan peneliti menggunakannya. Untuk mendeteksi uji normalitas Made Juni Widyana menggunakan uji normal P-plot, sedangkan penulis menggunakan uji kolmogrov smirnov.

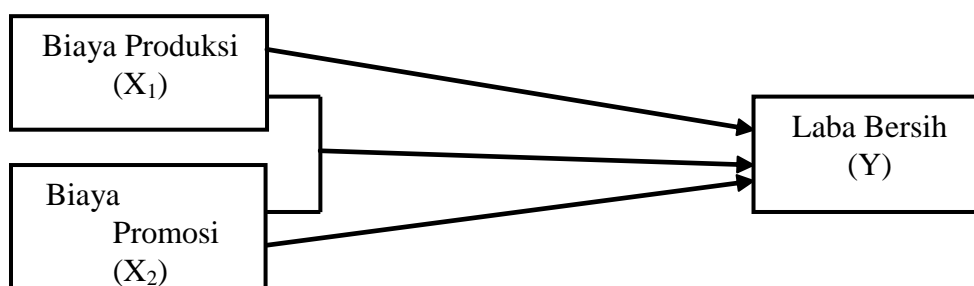
Perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan Elya Lambok Dewi T yaitu; (1) penelitian yang dilakukan Elya Lambok Dewi T memuat variabel independen biaya produksi, biaya kualitas dan penjualan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti memuat variabel independen biaya produksi dan biaya promosi. Jadi perbedaannya terletak divariabel independennya. (2) penelitian yang

dilakukan Elya Lambok Dewi T memuat beberapa perusahaan manufaktur, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan hanya fokus pada satu perusahaan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir atau disebut juga sebagai kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pikir juga menjelaskan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah (objek) penelitian. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan di atas maka kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1
Kerangka Pikir



Dalam penelitian ini variabel independen yaitu biaya produksi secara parsial mempengaruhi variabel dependen yaitu laba bersih. Variabel independen yaitu biaya promosi secara parsial mempengaruhi variabel dependen yaitu laba bersih, dan variabel independen yaitu biaya produksi dan biaya promosi secara simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu laba

bersih.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Salah atau betul bukan menjadi suatu persoalan yang mendasar tetapi yang paling penting adalah alasan dari pembuktian tersebut, mengapa betul atau mengapa salah.

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kajian teori yang ada, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Ha₁ = Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021
- Ha₂ = Biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021
- Ha₃ = Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh simultan terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk 2014-2021

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kantor pusat PT. Kimia Farma, di Jl. Veteran No 9, Gambir, Kota Jakarta Pusat, Indonesia. Akan tetapi dikarenakan kondisi wilayah yang tidak terjangkau oleh peneliti, maka peneliti mengambil atau menggunakan data yang sudah dipublikasikan di *website* resmi www.idn.co.id. Penelitian ini dilakukan mulai pada bulan Juli 2022 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kuantitatif.¹⁸ Penelitian kuantitatif adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical*(angka) yang di olah dengan metode statistik. Sedangkan ditinjau berdasarkan kegunaannya, penelitian ini menggunakan penelitian korelasi. Penelitian korelasi adalah penelitian yang menunjukkan hubungan-hubungan antara variabel-variabel terikat.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan yaitu seluruh data biaya produksi, biaya promosi dan laba dari perusahaan PT. Kimia Farma dimulai dari tahun 1978, akan tetapi karena alasan ketersediaan data atau laporan keuangan yang dipublikasikan hanya dimulai

¹⁸ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm 97.

dari tahun 2014. Untuk itu populasi dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2014-2021 yaitu selama 8 tahun yang dihitung per triwulan, dimana satu tahun ada 4 triwulan, sehingga jumlah populasi yang diperoleh yaitu sebanyak 32.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang diteliti. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Tekniks sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu Laporan keuangan selama 8 tahun dari tahun 2014-2021 yang dihitung per triwulan, yaitu sebanyak 32 sampel skarena penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh yaituseluruh populasinya menjadi sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.¹⁹ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi. Teknik ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data skunder (*secondary*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang di ambil

¹⁹ *Ibid.*

peneliti bersumber dari Laporan Keuangan PT Kimia Farma yang diambil dari situs *website* Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan adalah data *time series* yang merupakan data berdasarkan rsuntutan waktu yaitu triwulan I-IV tahun 2014-2021, kemudian akan diolah menggunakan *SPSS*.

E. Metode Analisis Data

1. Deskriptif statistik

Analisis Deskriptif sangat membantu dalam meringkas perbandingan beberapa variabel data skala dalam satu tabel. Tabel deskriptif statistik menunjukkan nilai statistik dari variabel. Nilai yang dipilih adalah *Mean*, *Std. Deviation*, Minimum dan Maksimum.²⁰

Menurut Duwi Priyatno statistik deskriptif digunakan “untuk menggambarkan tentang statistik data seperti *min*, *max*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range* dan lain-lain dan mengukur distribusi apakah normal atau tidak dengan ukuran *skewness* dan *kurtosis*.”

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal, atau mendekati normal. Untuk mengambil keputusan apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dideteksi menggunakan

²⁰Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 66.

uji Kolmogrov-Smirnov, nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogrov-Smirnov $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.²¹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah uji yang bertujuan untuk menentukan apakah model regresi linier terdapat kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode yang diteliti dengan pengganggu pada periode sebelumnya. Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik dipakai prediksi. Salahsatu ukuran yang menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson dengan ketentuan:

- 1) Jika $dw < dl$ atau $dw > 4-dl$ maka terdapat autokorelasi
- 2) Jika $du < dw < 4-du$ maka tidak terdapat autokorelasi
- 3) Jika $dl < dw < du$ atau $4-du < dw < 4-dl$ maka tidak ada kesimpulan.²²

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah data dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang terjadi adalah homoskedastisitas.

Agar dapat mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas dalam

²¹*Ibid.*, hlm. 143-145.

²²Setia Pramana, et al, *Dasar-Dasar Statistika Dengan Software R Konsep Dan Aplikasi*,(Bogor: IN MEDIKA, 2016), hlm. 125.

pengujian dapat diketahui dari nilai signifikannya dan keputusannya ditentukan dengan menentukan:

- 1) Jika nilai sig lebih dari 0,05 maka model tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai sig kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.²³

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas yaitu situasi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Uji multikolinearitas ini digunakan dalam sebuah untuk mengetahui ada atau tidak adanya 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 nilai VIF < 5 maka tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian.²⁴

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk memprediksi apakah variabel dependen dan variabel independen dengan masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan juga memprediksi nilai variabel dependen dan variabel independen apakah mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi linear berganda merupakan persamaan regresi

²³Zulaikha Matondang, dan Hamni Fadlilah Nasution, *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eview & SPSS*, (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm. 98.

²⁴*Ibid.*, hlm. 90-93.

dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Bentuk umum persamaan regresi berganda ini adalah:

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

Dimana:

| | |
|----|--------------------------------|
| Y | = Laba |
| X1 | = Biaya Produksi |
| X2 | = Biaya Promosi |
| a | = Konstanta |
| b1 | = Koefisien Biaya Produksi |
| b2 | = Koefisien Biaya Promosi |
| e | = Standard Error ²⁵ |

b. Uji t (t – hitung) atau Uji Parsial

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Dimana tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k. Bisa juga dengan melihat hasil dari nilai t hitung. Setelah t hitung diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasil berlaku ketentuan sebagai berikut: ²⁶

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

b. Uji F (F – hitung) atau Uji Simultan

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) dan df 2 (n-k-1) dengan

²⁵ *Ibid.*, hlm. 146.

²⁶ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: CV, ANDI OFFSET, 2008), hlm. 3. 85.

keterangan n (jumlah sampel), k (jumlah variabel independent). Dengan ketentuan $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ maka secara simultan variabel-variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.²⁷

c. Uji Determinansi (R^2)

Analisis determinansi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel terhadap dari variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.²⁸

²⁷ *Ibid.*, hlm. 82.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 79.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT Kimia Farma Tbk

1. Sejarah PT Kimia Farma Tbk

Kimia Farma adalah perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Nama perusahaan ini pada awalnya adalah NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co. Berdasarkan kebijaksanaan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, pada tahun 1958, Pemerintah Republik Indonesia melakukan peleburan sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF (Perusahaan Negara Farmasi) Bhinneka Kimia Farma. Kemudian pada tanggal 16 Agustus 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan Terbatas, sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Kimia Farma (Persero).

Pada tanggal 4 Juli 2001, PT Kimia Farma (Persero) kembali mengubah statusnya menjadi perusahaan publik, PT Kimia Farma (Persero) Tbk, dalam penulisan berikutnya disebut Perseroan. Bersamaan dengan perubahan tersebut, Perseroan telah dicatatkan pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (sekarang kedua bursa telah merger dan kini bernama Bursa Efek Indonesia). Berbekal pengalaman selama puluhan tahun, Perseroan telah berkembang menjadi perusahaan dengan pelayanan kesehatan terintegrasi di Indonesia. Perseroan kian diperhitungkan kiprahnya dalam pengembangan dan pembangunan bangsa, khususnya

pembangunan kesehatan masyarakat Indonesia. Pada tahun 2004 PT Kimia Farma menjadi Health Care Company.²⁹

2. PT. Kimia Farma Trading & Distribution

Berbekal kemampuan serta pengalaman menangani pendistribusian produk-produk PT Kimia Farma Tbk sejak tahun 1917, pada tanggal 4 Januari 2003 divisi Pedagang Besar Farmasi ini kemudian berkembang menjadi anak perusahaan dengan nama PT Kimia Farma Trading & Distribution, yang berbasis Jasa Layanan Perdagangan dan Distribusi.

PT Kimia Farma Trading & Distribution (KFTD) adalah anak perusahaan PT Kimia Farma Tbk yang didirikan berdasarkan akta pendirian NO. 07 tanggal 4 Januari 2003 yang dibuat di hadapan Notaris Ny. Imas Fatimah, S.H di Jakarta dan telah diubah dengan akta No. 42 tanggal 22 April 2003 yang dibuat di hadapan Notaris Nila Noordjasmani Soeyasa Besar, S.H. Akta ini telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan surat keputusan NO: C09648 HT.01.01 TH 2003 tanggal 1 Mei 2003.

Untuk memudahkan operasionalnya, KFTD juga didukung oleh 44 kantor cabang, dengan wilayah operasinya mulai dari Aceh sampai dengan Jayapura, jumlah salesman 450 orang dan armada pengantar roda 4 (mobil box) 477 unit dan pengantar roda 2 (motor box) 292 unit. Jaringan distribusi ini melayani lebih dari 31 rekaman principal, memenuhi kebutuhan sekitar 13.963 apotek, 1.527 Pedagang Besar Farmasi (PBF),

²⁹ https://id.m.wikipedia.org/wiki/kimia_farma, diakses pada Kamis 2023, pukul 10.13 Wib.

3.691 toko obat, 106 horeka (hotel restoran karaoke), 1975 rumah sakit, 6.572 pasar tradisional dan 2.074 pasar modern.³⁰

3. Visi, Misi, Strategi, dan Budaya Perusahaan.

a. Visi

PT Kimia Farma memiliki visi yaitu menjadi perusahaan terkemuka dibidang distribusi dan perdagangan produk kesehatan.

b. Misi

- 1) Meningkatkan jaringan dan layanan distribusi serta aktivitas produk kesehatan.
- 2) Melaksanakan proses bisnis berkualitas yang didukung oleh SDM yang kompeten dan sistem informasi yang handal.
- 3) Memberikan nilai tambah dan manfaat yang berkesinambungan kepada stakeholder.

c. Strategi

- 1) Restrukturisasi organisasi
- 2) Efisiensi
- 3) Menambah produk prinsipal berkualitas dan jumlah coverage pelanggan

d. Budaya

- 1) *Innovative (I)*

Adalah memiliki budaya berfikir out of the box dan membangun produk unggulan.

³⁰ *Ibid.*,

2) *Customer First (C)*

Adalah mengutamakan pelanggan sebagai mitra atau rekan kerja.

3) *Accountability (A)*

Adalah bertanggung jawab atas kepercayaan yang dipercayakan oleh perusahaan dengan memegang profesionalisme, integritas, dan kerja sama.

4) *Responsibility (R)*

Adalah memiliki tanggung jawab pribadi untuk bekerja tepat waktu tepat sasaran, dan dapat diandalkan.

5) *Eco Friendly (E)*

Adalah menciptakan dan menyediakan baik produk maupun jasa layanan yang ramah lingkungan.

4. Struktur Organisasi PT Kimia Farma

Dalam rangka menghadapi perubahan dan persaingan yang semakin ketat serta untuk melakukan adaptasi dengan lingkungan internal maupun eksternal perusahaan, maka diperlukan perubahan yang bersifat strategis untuk mendukung misi dan visi perusahaan tersebut. Untuk melakukan perubahan strategis perlu dilakukan restrukturisasi sebagai salah satu langkah penyesuaian strategis pengelolaan perusahaan agar perusahaan mampu beradaptasi dengan lingkungannya dan memiliki keunggulan

bersaing.³¹ Oleh karena itu, diperlukan struktur organisasi agar semuanya berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Struktur Organisasi adalah struktur unit-unit kerja yang melaksanakan fungsi strategis maupun operasional dalam perusahaan.

Adapun struktur organisasi PT Kimia Farma Tbk adalah sebagai berikut:

- a. Direktur Utama
- b. Direksi
- b. Komisaris Utama
- c. Komisaris
- d. Komite Audit
- e. Audit Internal
- f. Sekretaris Perusahaan
- g. Manajemen Operasional
- h. Manajemen Korporasi
- i. Investor Relations
- j. Pengendalian Internal dan Manajemen Resiko

B. Deskriptif Data Penelitian

1. Biaya Promosi, Biaya Produksi, Laba Bersih PT Kimia Farma Tbk.

Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan barang jadi atau jasa ke konsumen. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi

³¹ *Ibid.*,

yang siap untuk dijual. Laba Bersih adalah perubahan dalam ekuitas (net asset) dari suatu entity selama satu periode tertentu yang diakibatkan oleh transaksi dan kejadian atau peristiwa yang berasal dari bukan pemilik. Hal ini dapat dilihat berdasarkan tabel 4.1.

Tabel 4.1
Biaya Promosi, Biaya Produksi, Laba Bersih PT Kimia Farma Tbk Tahun 2014-2021 (Juta Rupiah)

| Tahun | Triwulan | Biaya Produksi | Biaya Promosi | Laba Bersih |
|-------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 2014 | I | 242.160.289.496 | 9.756.195.804 | 23.842.249.081 |
| | II | 9.331.247.007 | 36.970.433.009 | 71.540.541.007 |
| | III | 14.718.997.150 | 55.849.202.033 | 145.146.453.058 |
| | IV | 627.729.331.827 | 78.640.168.932 | 236.531.070.864 |
| 2015 | I | 152.629.520.372 | 23.386.639.965 | 45.257.843.257 |
| | II | 267.640.543.065 | 50.813.150.723 | 79.814.293.007 |
| | III | 545.099.915.457 | 81.189.094.205 | 166.751.305.030 |
| | IV | 12.492.586.736 | 116.295.497.071 | 265.549.762.082 |
| 2016 | I | 151.295.796.450 | 27.622.933.325 | 42.822.167.384 |
| | II | 350.614.900.777 | 61.424.139.442 | 95.540.431.026 |
| | III | 600.832.983.386 | 90.317.554.626 | 177.489.365.693 |
| | IV | 25.540.849.336 | 163.369.835.952 | 271.597.947.663 |
| 2017 | I | 10.917.464.958 | 27.622.933.325 | 42.822.167.384 |
| | II | 6.681.340.660 | 61.424.139.442 | 95.540.431.026 |
| | III | 25.760.122.686 | 90.317.554.626 | 177.489.365.693 |
| | IV | 20.982.023.287 | 163.369.835.952 | 271.597.947.663 |
| 2018 | I | 7.536.131.210 | 46.490.384.076 | 37.376.999.426 |
| | II | 13.072.126.329 | 137.978.305.959 | 122.796.599.227 |
| | III | 15.371.687.132 | 196.905.922.526 | 225.976.515.670 |
| | IV | 37.531.178.929 | 316.048.238.429 | 401.792.808.948 |
| | I | 217.134.490 | 68.258.000.910 | 13.327.597 |
| | II | 827.719.567 | 205.359.373 | 60.435.915 |

| | | | | |
|------|-----|---------------|-------------|-------------|
| 2019 | III | 1.343.315.530 | 360.797.285 | 60.996.258 |
| | IV | 1.697.635.068 | 487.515.861 | 15.890.439 |
| 2020 | I | 276.467.928 | 130.721.443 | 14.828.432 |
| | II | 700.407.068 | 216.961.178 | 51.000.936 |
| | III | 1.115.078.415 | 331.886.361 | 45.327.415 |
| | IV | 1.467.353.397 | 413.150.494 | 20.425.756 |
| 2021 | I | 461.666.235 | 98.395.111 | 15.189.448 |
| | II | 1.244.714.865 | 218.316.819 | 53.398.193 |
| | III | 2.729.157.996 | 398.787.704 | 294.692.637 |
| | IV | 3.724.527.724 | 343.126.660 | 289.888.789 |

Sumber: Laporan Keuangan PT Kimia Farma Tbk

Berdasarkan tabel 4.1 diatas permasalahan dalam penelitian ini ialah terjadi fluktuasi biaya produksi setiap tahunnya, mulai triwulan pertama sampai dengan triwulan keempat dari tahun 2014 sampai tahun 2021. Dimana periode tertinggi berada pada tahun 2014 triwulan keempat dengan nilai sebesar Rp. 627.729.331.000, sedangkan periode terendah berada pada tahun 2018 triwulan pertama dengan nilai sebesar Rp. 7.536.131.000. Sementara itu biaya promosi mengalami peningkatan setiap tahunnya, mulai dari tiwulan pertama sampai dengan triwulan keempat, dimana periode tertinggi berada pada tahun 2017 triwulan keempat dengan nilai sebesar Rp. 296.053.211.000, sedangkan periode terendah berada pada tahun 2014 triwulan pertama dengan nilai sebesar Rp. 9.756.195.000. Sedangkan laba bersih mengalami fluktuasi setiap tahunnya mulai dari triwulan pertama sampai triwulan keempat, dimana dapat diketahui laba bersih yang paling besar terjadi pada tahun 2018 triwulan keempat dengan

nilai sebesar Rp. 401.792.808.000. Sedangkan yang paling kecil terjadi pada tahun 2021 triwulan pertama dengan nilai sebesar Rp. 15.189.448.000.

C. Hasil Penelitian

1. Statistik Deskriptif

Hasil uji analisis statistik deskriptif yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|-----------|--------------|-----------------|------------------|
| PRODUKSI | 32 | 217134490 | 627729331827 | 115299528607.03 | 191207558926.232 |
| PROMOSI | 32 | 98395111 | 316048238429 | 68190115978.12 | 84876304200.402 |
| LABA BERSIH | 32 | 13327597 | 401792808948 | 88807853180.56 | 112206267614.710 |
| Valid N (listwise) | 32 | | | | |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel biaya produksi (X1) jumlah data (N) sebanyak 32 dengan nilai minimum 0,2 dan nilai maksimum 0,6 rata-rata 0,1. dan standar deviasi 0,2 . Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel biaya promosi (X2) jumlah data (N) sebanyak 32 dengan nilai minimum 0,10 dan nilai maksimum 0,3 rata-rata 0,6 dan standar deviasi 0,8 . Dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel laba (Y) jumlah data (N) sebanyak 32 dengan nilai minimum 0,1 dan nilai maksimum 0,4 rata-rata 0,9 dan standar deviasi 0,1.

2. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 32 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | -.0000028 |
| | Std. Deviation | 52688451861.458 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .269 |
| | Positive | .269 |
| | Negative | -.235 |
| Test Statistic | | .269 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .000 ^c |

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 32 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.50596880 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .155 |
| | Positive | .108 |
| | Negative | -.155 |
| Test Statistic | | .155 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^c |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai A symp. Sig 2 tailed sebesar 0,200 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .883 ^a | .780 | .764 | 54475005893.648 | 2.347 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan hasil output diatas diperoleh nilai DW yang dihasilkan sebesar 2,347 dan nilai dU pada tabel durbin watson untuk $N = 32$ dan k (jumlah variabel bebas) = 2 dengan nilai signifikansi 5% maka diperoleh nilai dU sebesar 1,5736. Hal ini menunjukkan $Dw (2,347) > dU (1,5736)$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

b. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas yang telah diolah dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| | | | PRODUKSI | PROMOSI | Unstandardized Residual |
|----------------|----------|-------------------------|----------|---------|-------------------------|
| Spearman's rho | PRODUKSI | Correlation Coefficient | 1.000 | .588** | -.179 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 | .326 |
| | | N | 32 | 32 | 32 |
| | PROMOSI | Correlation Coefficient | .588** | 1.000 | -.203 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . | .265 |
| | | N | 32 | 32 | 32 |

| | | | | |
|----------------------------|-----------------|--------|--------|-------|
| Unstandardized Residual | Correlation | -0.179 | -0.203 | 1.000 |
| | Coefficient | | | |
| | Sig. (2-tailed) | .326 | .265 | . |
| | N | 32 | 32 | 32 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi biaya produksi $0,326 > 0,05$ dan biaya promosi $0,265 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|----------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | PRODUKSI | .999 | 1.001 |
| | PROMOSI | .999 | 1.001 |

a. Dependent Variable: LABA BERSIH

Sumber :

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai VIF variabel-variabel bebas $1,938 < 10$ dan mempunyai angka Tolerance $0,516 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas dari penelitian ini, bebas dari multikolinieritas.

5. Analisis Linier Berganda

Hasil uji regresi linear berganda yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 ss | (Constant) | -12.590 | 2.710 | | -4.646 | .000 |
| | LN_PRODUKSI | .793 | .156 | .499 | 5.082 | .000 |
| | LN_PROMOSI | .709 | .138 | .506 | 5.150 | .000 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat dilihat pada kolom Unstandardized Coefficients dan B menyatakan untuk nilai regresi dengan $a = -12.590$, $bX_1 = 0,793Br$ dan $bX_2 = 0,709Bp$. Sehingga didapat persamaan:

$$\text{Laba} = -12.590 + 0,793 Br + 0,709Bp + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

- Konstanta (a) sebesar -12.590 artinya jika variabel biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) bernilai 0 (nol) maka laba bersih (Y) memiliki nilai sebesar -12.590
- Koefisien X1 (b) = Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel dependen senilai 0,793. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara biaya promosi dengan laba bersih.
- Koefisien X2 (b) = Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,709. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara biaya produksi dengan laba bersih.

5. Uji Hipotesis Parsial(t)

Hasil uji hipotesis parsial (uji t) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji t

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | -12.590 | 2.710 | | -4.646 | .000 |
| | LN_PRODUKSI | .793 | .156 | .499 | 5.082 | .000 |
| | LN_PROMOSI | .709 | .138 | .506 | 5.150 | .000 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Tabel diatas menunjukkan pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba yaitu:

- 1) t- hitung biaya produksi senilai 5,082 > t-tabel senilai 1,69726, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba PT Kimia Farma Tbk.
- 2) t- hitung biaya promosi senilai 5,150 > t-tabel senilai 1,69726, maka H2 diterima dan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba PT Kimia Farma Tbk.

6. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

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

Tabel 4.8
Hasil Uji F

| | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 417.100 | 2 | 208.550 | 86.023 | .000 ^b |
| | Residual | 70.306 | 29 | 2.424 | | |
| | Total | 487.407 | 31 | | | |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Hasil analisis tabel di atas maka diperoleh jumlah F-hitung sebesar 86,023 > F-tabel 2,93 artinya H₀ ditolak dan H₃ diterima. Sehingga bisa disimpulkan bahwa biaya promosi dan biaya produksi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Kimia Farma Tbk.

7. Uji Determinansi (R²)

Hasil uji determinansi (R²) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .925 ^a | .856 | .846 | 1.55703 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai R² (R Square) sebesar 0,846 atau (84,6%). Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel dependen dipengaruhi variabel independen sebesar 84,6% dan sisanya sebesar 15,4% laba PT Kimia Farma Tbk dijelaskan oleh faktor lain diluar pembahasan peneliti.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada PT Kimia Farma Tbk.

Besarnya biaya produksi ini merupakan besarnya pembebasan yang diperhitungkan atas pemakaian faktor-faktor produksi, yang berupa bahan, tenaga kerja, serta mesin dan peralatan, untuk menghasilkan suatu produk tertentu. Hasil uji hipotesis secara parsial yang pertama adalah pengaruh biaya produksi terhadap laba PT Kimia Farma Tbk, dengan melihat hasil output dapat diketahui pengaruh biaya produksi terhadap laba.

Dengan pengambilan keputusan jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dapat disimpulkan adanya pengaruh biaya produksi secara parsial terhadap laba. Hasil yang didapatkan adalah $t\text{-hitung}$ biaya produksi senilai 5,082 $>$ $t\text{-tabel}$ senilai 2,045.

Penelitian ini sesuai dengan teori dari Sofjan Assauri dalam bukunya *Manajemen Produksi dan Operasi* yang menyatakan bahwa semakin besar biaya produksi maka akan mempengaruhi laba usaha.³² Penelitian yang dilakukan oleh Djamilu juga sesuai dengan hasil penelitian ini, bahwa dalam penelitian tersebut menyatakan biaya produksi memiliki pengaruh terhadap hasil laba bersih sebesar 85,6% sedangkan sisanya dari variabel lain sebesar 14,4%.

³² Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hlm.44.

b. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Kimia Farma Tbk.

Promosi dilakukan untuk merangsang permintaan akan produk-produk perusahaan agar terjadi transaksi dan meningkatkan volume penjualan. Dengan bertambahnya atau meningkatnya volume penjualan akan meningkatkan pula laba yang diperoleh perusahaan. Dalam penelitian ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap laba bersih.

Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t -hitung yakni 5,082 lebih besar dari t -tabel yakni 2,045 ($5,082 > 2,045$). Yang artinya jika biaya promosi naik maka laba bersih akan naik dan begitu sebaliknya. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ika Putri Ocktaviyanti tahun 2013 dan berhasil menguji teori yang dikemukakan oleh Jumingan dalam bukunya yang berjudul "Analisis Laporan Keuangan".

c. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih PT. Kimia Farma Tbk

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan pada uji ANOVA (analysis of variance) atau uji F , untuk melihat adanya pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba PT Kimia Farma Tbk, menunjukkan bahwa nilai F -hitung sebesar $86,023 > F$ -tabel 3,328 artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara simultan biaya promosi dan biaya produksi berpengaruh terhadap laba PT Kimia Farma Tbk.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari William J. Stanton dalam bukunya yang berjudul Prinsip Pemasaran serta sesuai dengan teori Philip Kotler dalam bukunya Ensiklopedi Ekonomi Bisnis dan Manajemen yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara simultan dari biaya produksi dan biaya promosi terhadap keuntungan ataupun laba.³³ Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Putu Rustami yang menyatakan bahwa variabel biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih.

E. Keterbatasan Penelitian

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

1. Keterbatasan mengambil data dan tahun dalam penelitian ini yang berbentuk sekunder. Dimana peneliti hanya mengambil biaya promosi, biaya produksi dan laba bersih seperlunya saja.
2. Keterbatassan dalam mengambil variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu hanya berfokus pada variabel biaya promosi, biaya produksi dan laba bersih.

³³ William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1993), hlm.186.

3. Keterbatasan waktu yang kurang mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data yang dilakukan, pengaruh biaya Produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih PT Kimia Farma Tbk. Maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT Kimia Farma Tbk. Hal ini dibuktikan dari t-hitung biaya produksi senilai $5,082 > t\text{-tabel}$ senilai 2,045.
2. Ada pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih PT Kimia Farma Tbk. Hal ini dibuktikan dari t-hitung biaya promosi senilai $5,150 > t\text{-tabel}$ senilai 2,045.
3. Ada pengaruh biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terhadap laba bersih PT Kimia Farma Tbk. Hal tersebut dibuktikan dari F-hitung sebesar $86,023 > F\text{-tabel}$ 3,328.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT Kimia Farma Tbk sebaiknya meningkatkan analisis yang lebih dalam biaya produksi dan biaya promosi guna untuk mendapatkan laba yang stabil.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambah faktor-faktor yang lain seperti volume penjualan, harga pokok penjualan, atau harga jual, untuk

melihat variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap laba dan diharapkan dapat menggunakan objek penelitian seluruh perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Abdul Nasser Hasibuan, dkk., *Belajar Mudah Akuntansi* (Jakarta Timur: Prenada Media Group, 2019).
- Abdul Nasser, dkk., *Akuntansi Keuangan Menengah*, (Jakarta: Kencana, 2020).
- Adzkiya, Ubbadul, *Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW Sejarah, Ajaran dan Praktek*. Semarang: CV. Lawwana, 2021.
- Ahmadi, Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Bussiness & E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Arfah, Arafah, *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Arianto, *Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press, 2021.
- Astuti, Miguna & Nurhafifah Mantondang, *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Azkie, Nada S, *7 Formula Baru Mengatasi Kecanduan Gadget Pada Anak*. Jawa Timur: Detak Pustaka, 2022.
- Baits, Ammi Nur, *Fiqh Jual Beli & Harta Haram*. Jawa Timur: Muamalah Publishing, 2011.
- Banjarnahor, Astri Rumondang dkk, *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: 2021.
- Caropeboka, Mutialela Ratu, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- Cristhine, M. Fuad, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Hasibuan Sri Wahyuni, dkk, *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.

Zulaikha Matondang, dan Hamni Fadlilah Nasution, *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eview & SPSS*, (Medan: Merdeka Kreasi, 2021).

Sumber Jurnal:

Abdul Nasser Hasibuan, “Standar Akuntansi Keuangan Relevansi Pedoman No. 30 Dengan Hukum Islam”, *Jurnal Istinbath* Vol. 20, Tahun 2021.

Abdul Nasser Hasibuan, dkk., “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Pada PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK Tahun 2011-2021 ,” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, No 1, Juni 2022.

Ade Wahidin, “Prinsip Saling Relasi Dalam Transaksi Ekonomi Islam (Tafsir Analitis Surat An-Nisa’ [4] Ayat 29)”, *Jurnal Ad-Deenar*, Vol. 2 No. 2, (2018).

Aditya Hermawan, Aniek Mrniawati, “Designing Online Marketplace To Resolve Marketing Problem For Small And Medium Enterprises (Smes),” *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen (JEMA)*, Vol. 14, No. 1, (2018).

Ahmad Ikhsan, “Peran Media Sosial Bagi Komunitas Transportasi Online Di Cimahi”, *Jurnal Community Education*, Vol. 4 No. 3, September (2021).

Ai Farida, “Optimis Gadget Dan Implikasinya Terhadap Pola Asuh Anak”, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1 No. 8, (Januari 2021).

Agus Dwi Cahya, dkk, ”Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemic Covid-19”, *Jurnal Economic, Accounting, Management, and Business*, Volume 4, No.3, (Juli 2021).

Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi’ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan,” *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol. 2, No.2, (Desember 2016).

Budi Prasetyo Danyunita Rismawati, Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, (Juni 2018).

Dede Abdurohman, dkk, Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, (Bandung 2020).

- Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, (Juni 2018).
- Ignatius Soekarno Hartanto, dkk, Fenomena Perilaku Dan Sikap Belanja Offline Dan Online Shopping Pada Masyarakat Millennial Di Jakarta, *Jurnal Seni & Reka Rancang*, Vol. 3, No. 2, (April 2021).
- Ismail Marzuki, Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, (2019).
- Junierissa Marpaung, "Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan (The Effect Of Use Of Gadget In Life)", *Jurnal KOPASTA*, Volume 5, No. 2, (2018).
- Muhammad Deni Putra, "Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Prespektif Ekonomi Islam", *Ihtizam Journal Of Shariah Economic Research*, Vol 3, No.1, (2019).
- Nurhayati, Belanja "Online" Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh), *Jurnal Antropologi Aceh, FISIP Universitas Malikussaleh*, Vol. 1, No. 2, (April 2017).
- Nurul Izzati, "Motif Penggunaan Gadget Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Di Kalangan Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga," *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, Vol. 2, No. 5, (Juli 2019).
- Puji Asmaul Husna, Pengaruh Penggunaan Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak, *Jurnal Dinamika Penelitian Media Komunikasi Sosial Keagamaan*, Volume 17, Nomor 2, (November 2017).
- Rizki Syahputra, Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan, *Jurnal ECOBISMA*, Vol. 6, No. 1, (April 2019).
- Rofiq Noorman Haryadi, Sosialisasi Penggunaan *Online Shop* Berbasis *Website* di UMKM Cimanggis, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1, No.1, (Agustus 2021).
- Siswadi, "Jual Beli Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Qura*, Vol. 3, No.2, (Agustus 2013).

Sumber Skripsi:

Nur Isni. "Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Business Online Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Palopo," *Skripsi SProgram Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo*, 2020.

Rika Yuliana. "Faktor-Faktor Yang Melatar Belakangi Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Bengkulu Memilih Belanja Online," *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri*, 2017.

Ulfah Daniah Astari. "Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Iain Bengkulu)", *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam negeri Bengkulu*, 2021.

Yulianti. "Analisi Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Social Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung," *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Radem Intan Lampung*, 2019.

Yolandari. "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur", *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*, 2019.

Sumber Lain:

Airlangga. Peran Promosi, dikutip dari <http://www.coursehero.com>, Pada hari Rabu, tanggal 18 November 2020, pukul 14.40.

Sirclo, *Manfaat Media Promosi Online*, dikutip dari <http://www.sirclo.com/bi>, pada hari kamis, tanggal 01 September 2022, pukul 23.50.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DARA PRIBADI

Nama : SALAWATI
Nim : 18 402 00167
Tempat/Tanggal Lahir : Sirami-Ramian, 07 Januari 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 1 dari 2 bersaudara
Alamat : Desa Sibangkua Kecamatan Angkola Barat
Kabupaten Tapanuli Selatan
Agama : Islam

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Ramadhan Pakpahan
Nama Ibu : Eprida Simamora
Alamat : Desa Sibangkua Kecamatan Angkola Barat
Kabupaten Tapanuli Selatan
Pekerjaan : Petani

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2007-2012 : SD N 100108 Sisundung
Tahun 2012-2015 : Mts YPKS Padangsidimpuan
Tahun 2015-2018 : MAN 1 Padangsidimpuan