

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP
LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021**

SKRIPSI



Oleh :

WINDARA DHIAJENG ROSULLY

1912311032/FEB/AK

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA**

2023

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP
LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi



Oleh :

WINDARA DHIAJENG ROSULLY

1912311032/FEB/AK

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP
LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021**

Yang diajukan

**WINDARA DHIAJENG ROSULLY
1912311032/FEB/AK**

Disetujui untuk ujian skripsi oleh

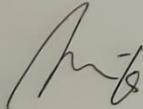
Pembimbing I



Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.
NIDN. 0713097401

Tanggal : 06 / 06 / 2023

Pembimbing II

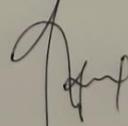


Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0711115801

Tanggal : 12 / 06 / 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya



Dr. Siti Rosyafah, Dra., Ec., MM.
NIDN. 0703106403

SKRIPSI

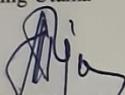
**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2017-2021**

Disusun oleh :

**WINDARA DHIAJENG ROSULLY
1912311032/FEB/AK**

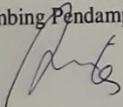
Telah dipertahankan dihadapan
dan diterima oleh penguji skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Pada tanggal 27 Juni 2023

Pembimbing
Pembimbing Utama



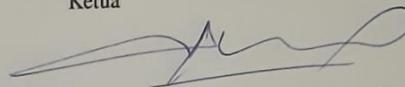
Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.
NIDN. 0713097401

Pembimbing Pendamping



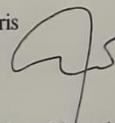
Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0711115801

Tim Penguji
Ketua



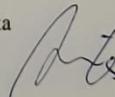
Dr. Mohammad Balafif, Drs., Ec., ME.
NIDN. 0015055902

Sekretaris



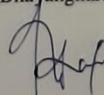
Dra. Endang Siswati, MM., DBA.
NIDN. 0720086403

Anggota



Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0711115801

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya



Dr. Siti Rosyafah, Dra., Ec., MM.
NIDN. 0703106403

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Windara Dhiajeng Rosully

N I M : 1912311032

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

“PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi/Tugas akhir orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Surabaya, 6 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Windara Dhiajeng Rosully
NIM. 1912311032

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya dan shalawat beriring salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021**" dengan baik.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan kelulusan untuk mendapatkan gelar S1 pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis pada Program Studi Akuntansi Universitas Bhayangkara Surabaya. Selama proses penyusunan skripsi ini penulis pun tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Maka di kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yang terhormat Bapak Brigjen Pol (Purn) Drs. Edy Prawoto, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Yang terhormat Ibu Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra. Ec., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Ec. Nurul Qomari, SE., M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.

4. Yang terhormat Bapak Dr. Arief Rahman, SE., M.Si. selaku ketua program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
5. Yang terhormat Ibu Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak. selaku dosen pembimbing pertama saya yang telah membimbing saya dengan sabar dan meluangkan waktunya serta telah memberikan arahan dan saran untuk membuat skripsi saya menjadi lebih baik.
6. Yang terhormat Ibu Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA. selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah membimbing saya dengan sabar dan meluangkan waktunya serta telah memberikan arahan dan saran untuk membuat skripsi saya menjadi lebih baik.
7. Ibu saya Wariyani yang saya cintai, terima kasih telah mendidik saya menjadi seorang yang selalu bersyukur, selalu memberikan dukungan serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan mampu menempuh pendidikan Sarjana di Universitas Bhayangkara Surabaya ini dengan tepat waktu.
8. Untuk Almarhum Bapak saya Dwi Hartanto yang saya cintai, terima kasih juga telah mendidik saya menjadi seorang yang selalu bersyukur, dan telah memberikan doa serta dukungan kepada saya semasa bapak masih hidup, sehingga saya bisa dan mampu menempuh pendidikan Sarjana di Universitas Bhayangkara Surabaya ini dengan tepat waktu.

9. Untuk kakak saya Praba Dimas Harjuno dan Praba Dian Pradana yang selalu memberikan doa serta semangat selalu untuk saya agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada yang terhormat para Bapak dan Ibu dosen serta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada kami selama kurang lebih 4 tahun.
11. Teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan 2019 kelas A dan B (pagi) yang selalu menemani selama masa-masa kuliah.
12. Untuk teman seperjuangan di grup BOLO, Ciwi-Ciwi, serta teman-teman saya yang lain yang selalu memberi support serta doa sehingga saya telah menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk idola saya BLACKPINK (Jisoo, Jennie, Rosé, Lisa) yang telah menemani saya mengerjakan skripsi ini dengan semangat lewat karya lagunya.

Dalam penulisan skripsi, penulis pun menyadari bahwa masih banyak adanya kesalahan serta kekurangan. Maka, penulis mengharapkan saran yang dapat membangun untuk memperbaiki penulisan dalam skripsi ini.

Surabaya, 22 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10

2.2	Landasan Teori	13
2.2.1	Teori Sinyal (Signalling Theory).....	13
2.2.2	Laba	14
2.2.2.1	Pengertian Laba	14
2.2.2.2	Jenis-jenis Laba.....	15
2.2.2.3	Tujuan Laba	16
2.2.2.4	Elemen Laba	17
2.2.2.5	Faktor-Faktor Mempengaruhi Laba	18
2.2.3	Akuntansi Biaya	19
2.2.3.1	Pengertian Akuntansi Biaya	19
2.2.3.2	Tujuan Akuntansi Biaya	19
2.2.4	Biaya	20
2.2.4.1	Pengertian Biaya	20
2.2.4.2	Penggolongan Biaya.....	21
2.2.5	Biaya Produksi	24
2.2.5.1	Pengertian Biaya Produksi.....	24
2.2.5.2	Unsur-unsur Biaya Produksi.....	25
2.2.5.3	Metode Penentuan Biaya Produksi	27
2.2.5.4	Indikator Biaya Produksi.....	29
2.2.5.5	Tujuan Biaya Produksi	29
2.2.6	Biaya Promosi	29
2.2.6.1	Pengertian Biaya Promosi	29
2.2.6.2	Tujuan Biaya Promosi.....	30
2.2.6.3	Indikator Biaya Promosi.....	30
2.2.7	Hubungan Antar Variabel	31

2.2.7.1	Hubungan Biaya Produksi dan Biaya Promosi Secara Parsial Dengan Laba	31
2.2.7.2	Hubungan Biaya Produksi dan Biaya Promosi Secara Simultan Dengan Laba	32
2.2.7.3	Hubungan Variabel Paling Dominan Dengan Laba.....	33
2.3	Kerangka Konseptual.....	33
2.4	Hipotesis.....	34
BAB III.....		36
METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Kerangka Proses Berpikir	36
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.2.1	Identifikasi Variabel	37
3.2.1.1	Variabel Dependen.....	38
3.2.1.2	Variabel Independen	38
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	39
3.3	Teknik Penentuan Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3.1	Populasi.....	41
3.3.2	Sampel.....	41
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
3.4.1	Lokasi Penelitian	43
3.4.2	Waktu Penelitian	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6	Pengujian Data.....	44
3.6.1	Statistik Deskriptif	44

3.6.2	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.3	Uji Regresi Linier Berganda	47
3.7	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	50
3.7.1	Teknik Analisis Data	50
3.7.2	Uji Hipotesis.....	50
3.7.2.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	51
3.7.2.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	51
BAB IV	53
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	53
4.2	Data dan Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.2.1	Variabel Bebas	57
4.2.2	Variabel Terikat.....	61
4.3	Analisis Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	63
4.3.1	Hasil Statistik Deskriptif.....	63
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.3.2.1	Uji Normalitas.....	64
4.3.2.2	Uji Multikolinieritas	66
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	67
4.3.2.4	Uji Autokorelasi.....	68
4.3.3	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
4.3.3.1	Analisis Korelasi Ganda (R).....	70
4.3.3.2	Analisis Koefisien Determinasi	71
4.3.4	Hasil Uji Signifikansi T	72
4.3.5	Hasil Uji Signifikansi F	73
4.4	Pembahasan.....	75

4.4.1	Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.....	75
4.4.2	Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.....	76
4.4.3	Biaya Promosi berpengaruh dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021. .	77
BAB V.....		79
SIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Simpulan	79
5.2	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
Tabel 3. 2 Pengambilan Sampel Penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021	43
Tabel 3. 3 Interpretasi Terhadap Korelasi	48
Tabel 4. 1 Pengambilan Sampel Penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.....	53
Tabel 4. 2 Sampel Penelitian.....	54
Tabel 4. 3 Biaya Produksi	57
Tabel 4. 4 Biaya Promosi	59
Tabel 4. 5 Laba Bersih	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Korelasi Ganda	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji T	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 3. 1 Kerangka Proses Berpikir	36

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1: Data Biaya Produksi Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.....	86
Lampiran 2 :Data Biaya Promosi Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.....	88
Lampiran 3: Data Laba Bersih Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.....	90
Lampiran 4 : Hasil Output SPSS 25	92

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP
LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021**

(Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba)

ABSTRAK

Pada penelitian ini terdapat tujuan yang ingin dicapai yakni melihat pengaruh dari biaya produksi serta promosi pada laba yang ditinjau secara parsial ataupun simultan dan digunakan didalam menentukan variabel manakah yang paling menonjol pada laba. Kuantitatif ialah metode yang dipakai didalam penelitian ini. Kemudian, sampel penelitian ini ialah perusahaan manufaktur sebanyak 51 yang telah tercatat di BEI periode 2017-2021 serta menggunakan laporan tahunan yang berupa biaya promosi, laba bersih, biaya produksi sejumlah 255 data. Pengujian asumsi klasik, pengujian linier berganda, pengujian signifikansi t dan F serta statistik deskriptif merupakan teknik analisis data pada penelitian ini. Hasil penelitiannya memperlihatkan jika secara simultan serta parsial biaya promosi dan produksi memiliki pengaruh pada laba. Kemudian hasil penelitian selanjutnya memperlihatkan bahwa biaya promosi ialah variabel yang memberikan pengaruh paling dominan pada laba.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba

***THE EFFECT OF PRODUCTION COSTS AND PROMOTION COSTS ON
PROFIT IN MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE
INDONESIA STOCK EXCHANGE FOR THE 2017-2021 PERIOD***

(Production Cost, Promotion Cost, Profit)

ABSTRACT

*In this study, there is a goal to be achieved, namely to see the effect of production costs and promotions on profits which are reviewed partially or simultaneously and are used in determining which variables are most prominent in profits. Quantitative is the method used in this study. Then, the sample for this research is 51 manufacturing companies that have been listed on the IDX for the 2017-2021 period and uses an annual report in the form of promotion costs, net profit, production costs of 255 data. Classical assumption testing, multiple linear testing, *t* and *F* significance testing and descriptive statistics are data analysis techniques in this study. The results of his research show that simultaneously and partially promotion and production costs have an effect on profits. Then the results of further research show that promotion costs are the variable that has the most dominant influence on profits.*

Keywords : Production Cost, Promotion Cost, Profit.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam berbisnis semakin ketat. Setiap perusahaan pasti melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan profitnya. Ditentukan mulai dari produksi serta mempromosikan atau mengiklankan produknya agar para konsumen berminat dan tertarik dengan barang tersebut serta menghitung laba yang didapatkan. Laba digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan. Perusahaan pun tidak akan bisa bertahan dalam jangka panjang apabila perusahaan tidak mampu meningkatkan penjualannya. Banyak sekali perusahaan yang bersaing, termasuk juga pada industri manufaktur.

Industri manufaktur merupakan sektor yang mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah pusat untuk ditingkatkan kualitasnya agar dapat bersaing dengan industri dari negara lainnya di tengah persaingan berbisnis yang semakin menegat (Buwono, 2014) dalam (Y Casmadi, 2018). Jadi dalam ketatnya persaingan berbisnis ini terlihat pada jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dari tahun ketahun semakin bertambah.

Perusahaan manufaktur merupakan suatu industri yang kegiatan produksinya yaitu dari mengelola bahan baku menjadi produk selesai. Maka semua perusahaan pun berusaha payah untuk mencapai laba yang maksimal.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang terus mengalami pertumbuhan. Semakin tahun pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, maka semakin meningkatnya kebutuhan yang diperlukan. Apalagi setelah kasus pandemi covid-19 yang menyerang dunia, termasuk Indonesia dua tahun kemarin yang banyak perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan, meskipun beberapa perusahaan juga masih tetap berjalan walaupun pada kondisi seperti ini. Dapat dilihat pada BPS (Badan Pusat Statistik) laju pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) dicatat bahwa pada tahun 2017-2021 mengalami fluktuasi, yaitu pada tahun 2017 pertumbuhan ekonomi industri sekitar 4,29%, sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan 2% menjadi 4,27%.

Budi Gunadi selaku Menteri Kesehatan pun memprediksi covid-19 akan bertahan lama dan dapat menyebabkan perusahaan akan mengalami ketidakstabilan kondisi keuangan dan nilai laba akan menurun. Pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 3,80%, dan pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi manufaktur mengalami penurunan hingga -2,93%. Covid-19 pun berpengaruh juga terhadap pertumbuhan perekonomian industri manufaktur di Indonesia, karena penurunan tingkat daya beli masyarakat dan penurunan tingkat angka investasi disektor usaha.

Akan tetapi, pertumbuhan ekonomi industri manufaktur mengalami pertumbuhan sepanjang tahun 2021, yaitu mencapai 3,39% secara year on year (yoy). Margo melalui konferensi pers yang digelar secara hybrid pada hari Senin (7/2) mengatakan bahwa secara tahunan industri pengolahan tumbuh

3,39%, jauh lebih bagus dibandingkan dengan tahun 2020 yang terjadi kontraksi sebesar 2,93%. Naik turunnya pertumbuhan perekonomian industri manufaktur ini pun pasti berpengaruh juga terhadap biaya-biaya dan laba dari tiap perusahaan.

Yunarwanto & Hastiadi (2020) mengemukakan bahwa jika dibandingkan dengan sektor lainnya, sektor manufaktur memiliki potensi produktivitas yang sangat tinggi karena memiliki peran penting sebagai mesin pertumbuhan dan merupakan faktor penting bagi pertumbuhan ekonomi terutama di negara berkembang. Maka sektor industri manufaktur memiliki peranan yang sangat penting sebagai pendorong utama untuk keluar dari penurunan perekonomian ditengah pandemi covid-19 yang menyerang saat ini.

Umumnya setiap perusahaan pasti memiliki satu tujuan, yakni mendapatkan laba yang maksimum agar mempertahankan perusahaannya tetap hidup serta dapat berkembang lebih pesat. Laba merupakan salah satu target utama dari investor, dengan laba yang besar membuat investor tertarik untuk berinvestasi (Purnamawati, 2020) dalam (Setiawan, 2023). Untuk itu, maka perusahaan pun harus memiliki produk yang bermanfaat serta menarik perhatian kepada para konsumen.

Untuk mencapai laba yang maksimal, maka perusahaan harus memperhatikan produksinya. Jika volume produksinya meningkat maka akan berpengaruh terhadap biaya produksi. Biaya produksi akan menjadi penentu bagi harga produk yang akan dijual serta berpengaruh juga pada laba yang

diperoleh perusahaan. Maka perusahaan manufaktur pun harus mengolah bahan baku dahulu melalui proses produksi menjadi barang yang akan dijual.

Supriyono (2018:19) mengemukakan bahwa biaya produksi adalah semua biaya berhubungan fungsi produksi atau kegiatan mengolah bahan baku menjadi produk selesai atau jadi. Biaya produksi menjadi penentu harga jual dari suatu produk dan akan mempengaruhi besarnya laba yang akan diperoleh (M Jannah, 2018)

Dapat dilihat dari peneliti sebelumnya (Syafi'i, Teguh Imam, 2018) hasil penelitiannya adalah bahwa biaya produksi memiliki pengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Sedangkan pada penelitian dari (AA Fathony & Y Wulandari, 2020) hasil penelitiannya adalah bahwa biaya produksi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih PT. Perkebunan Nusantara VIII periode 2011-2017.

Selain biaya produksi, faktor lain yang mempengaruhi laba dari perusahaan manufaktur adalah bagaimana perusahaan mempromosikan produk yang dijualnya. Promosi merupakan tindakan yang memiliki tujuan untuk menyampaikan atau memberitahukan barang maupun jasa ke target yang tepat seperti pasar sasaran kemudian menyampaikan penjelasan tentang manfaat, keuntungan, keunggulan, tentang keadaan produk tersebut untuk memberikan dorongan agar mau membeli produk atau jasa tersebut (Astuti, 2017:17). Promosi akan menjadi peluang untuk perusahaan agar dapat

memperkenalkan produknya kepada masyarakat agar mengenal produk yang mereka produksikan.

Perusahaan pun harus membuat rencana secara matang bagaimana cara mereka bersaing, bisa dengan memanfaatkan teknologi yang ada untuk mempromosikan produknya. Jika produk tersebut banyak dikenal oleh masyarakat, maka besar kemungkinan produk yang dijualnya akan banyak permintaan untuk dijual. Maka perusahaan pun telah berhasil dalam mempromosikan produknya. Mempromosikan produk yang dijual agar mendapatkan laba yang maksimum tentu perlu mengeluarkan biaya.

Biaya promosi pada perusahaan sendiri memiliki peranan yang penting, yaitu memiliki dampak yang besar terhadap perusahaan tersebut serta mempengaruhi penjualan pada suatu produk. Biaya promosi merupakan biaya yang sangat penting, karena memiliki peran yaitu untuk meningkatkan keuntungan suatu perusahaan. Terlepas dari kualitas produk, jika konsumen masih belum pernah mendengar produknya atau belum yakin apakah produk jual itu memiliki manfaat, maka konsumen pun tidak akan membelinya, dan promosipun memiliki peran sebagai bentuk komunikasi antara perusahaan dengan para konsumennya (Widhiastuti & Nugraha, 2018).

Dilihat dari peneliti sebelumnya (Felicia & Gultom, 2018) hasil penelitiannya adalah secara parsial biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 - 2015. Sedangkan dari (L Radella, A Saebani & A Maulana, 2021) hasil penelitiannya adalah bahwa biaya promosi tidak

berpengaruh terhadap perubahan laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019.

Dari permasalahan latar belakang tersebut, masih ditemukan hasil penelitian yang berbeda-beda dari tiap perusahaan, maka penulis menarik untuk membuat penelitian dengan judul yaitu **“PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang penelitian tersebut, maka rumusan masalahnya yaitu sebagai berikut :

1. Apakah biaya produksi dan biaya promosi secara parsial berpengaruh terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021?
2. Apakah biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021?
3. Variabel manakah yang paling dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah biaya produksi dan biaya promosi secara parsial berpengaruh terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.
2. Untuk mengetahui apakah biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.
3. Untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh secara dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, maka diharapkan mampu bermanfaat yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai teori tentang akuntansi biaya yang meliputi biaya produksi serta biaya promosi terhadap laba.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Dari penelitian ini untuk perusahaan, besar harapannya agar dapat bermanfaat sebagai masukan untuk perusahaan manufaktur dalam

melihat kebutuhan produksi dan promosi sehingga dapat meningkatkan laba bersih perusahaan.

2. Dari penelitian ini diharapkan bagi masyarakat umum dapat digunakan sebagai informasi guna menambah wawasan dan pengetahuan terkait akuntansi biaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Didalam penggunaan sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, landasan teori yang menjelaskan teori mendukung yang terkait dengan biaya produksi, biaya promosi, dan laba, serta hubungan antar variabel, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari penjelasan dari langkah-langkah yang ditempuh pada penulisan skripsi.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari penjelasan dari deskripsi data dan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti serta berisi uraian mengenai hasil dan analisis terhadap hasil penelitian yang diperoleh.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari simpulan serta saran. Peneliti menyimpulkan hasil penelitian, lalu peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan untuk melakukan perbaikan dari penelitian tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dibawah ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung dalam suatu penelitian ini yaitu:

1. **(Syafi'i, Teguh Imam, 2018)** dengan judul “PENGARUH VOLUME PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016)”. Hasil penelitian ini yaitu volume penjualan memiliki pengaruh terhadap laba bersih, biaya produksi memiliki pengaruh terhadap laba bersih, dan biaya operasional memiliki pengaruh terhadap laba bersih.
2. **(AA Fathony & Y Wulandari, 2020)** dengan judul “PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PT.PERKEBUNAN NUSANTARA VIII”. Hasil dari penelitian ini adalah biaya produksi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih.
3. **(L Radella, A Saebani & A Maulana, 2021)** dengan judul “PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA KUALITAS, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PERUBAHAN LABA BERSIH”. Hasil dari penelitian ini adalah biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih, biaya kualitas berpengaruh negatif terhadap perubahan laba

bersih, serta pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap perubahan laba bersih.

4. **(Felicia & Gultom, 2018)** dengan judul “PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA KUALITAS DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2013 – 2015”. Hasil dari penelitiannya yaitu secara simultan, biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015, dan secara parsial biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih.
5. **(Batari, 2022)** dengan judul “PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN LOGAM YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2021”. Hasil penelitiannya yaitu biaya produksi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih serta biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

Tabel 2. 1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang

No.	Nama, Judul dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	(Syafi'i, Teguh Imam, 2018) "Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016)".	Sama meneliti tentang biaya produksi terhadap laba dan menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaannya terletak pada variabel bebas yang pertama, yaitu volume penjualan dan variabel terikat ketiga yaitu biaya operasional, serta objek penelitian dan tahun penelitian.
2.	(AA Fathony & Y Wulandari, 2020) "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII".	Sama meneliti tentang biaya produksi terhadap laba dan menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaannya terletak pada variabel bebasnya kedua yaitu biaya operasional, dan objek penelitian.
3.	(Felicia & Gultom, 2018) "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015".	Sama meneliti tentang biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba dan menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaannya terletak pada variabel bebas keduanya yaitu biaya kualitas dan terdapat 3 variabel, serta periode tahun yang diteliti.
4.	(L Radella, A Saebani & A Maulana, 2021) "Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih".	Sama meneliti tentang biaya promosi terhadap laba dan menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaannya terletak pada variabel bebas kedua dan ketiga yaitu biaya kualitas dan pertumbuhan penjualan serta terdapat tiga variabel.
5.	(Batari, 2022) "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Logam yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021".	Sama meneliti tentang biaya produksi terhadap laba bersih dan menggunakan metode kuantitatif dan tahun penelitian.	Perbedaannya terletak pada variabel bebas kedua yaitu biaya operasional serta objek penelitian.

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Spence (1973) dalam Putri (2020) mengemukakan didalam teori ini bahwa pihak pengirim atau pemilik informasi memberikan isyarat atau disebut dengan sinyal yang berupa suatu informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima atau investor. Suganda (2018:15) mengemukakan bahwa teori sinyal (*signalling theory*) memiliki tujuan untuk memahami tindakan dari pihak manajemen dalam menyampaikan suatu informasi kepada investor yang pada akhirnya dapat mengubah keputusan investor dalam melihat kondisi suatu perusahaan.

Sinyal (informasi) yang diberikan oleh perusahaan terhadap penggunaan keuangan ataupun investor akan dianalisis dulu, hal tersebut dikarenakan investor atau pengguna keuangan harus melihat lebih dulu sinyal yang diberikan oleh perusahaan terkait berbentuk negatif ataukah berbentuk positif (Jogiyanto, 2010). Apabila informasi yang diberikan perusahaan bernilai negatif maka respon yang diberikan oleh investor pun akan berbeda atau berfikir ulang untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut karena memiliki kondisi yang kurang baik, akan tetapi apabila informasi yang diberikan bernilai positif maka investor akan merespon dengan positif bahkan akan menanamkan modal di perusahaan tersebut karena investor faham bahwa perusahaan tersebut berada di kondisi yang baik. Teori ini sangat penting digunakan oleh setiap perusahaan karena dapat memprediksi kebangkrutan sehingga nantinya perusahaan tersebut lebih sigap dan tanggap jika ada permasalahan yang berpotensi membuat kebangkrutan.

Keuntungan dari teori sinyal ini adalah bahwa keakuratan dan ketepatan waktu laporan keuangan yang tersedia untuk umum merupakan sinyal yang dapat digunakan investor sebagai dasar keputusan investasi mereka (Batari, 2022). Apabila perusahaan melaporkan bahwa laba dari perusahaannya meningkat, maka perusahaan tersebut dalam kondisi baik dan dapat menjadi sinyal yang baik.

2.2.2 Laba

2.2.2.1 Pengertian Laba

Kasmir (2017:302) mengemukakan bahwa laba dapat diartikan sebagai berikut:

“Laba merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Perusahaan yang memiliki laba yang relatif stabil memungkinkan untuk memprediksi besarnya estimasi laba di masa yang akan datang. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan setiap periode, yang ditentukan melalui target yang harus dicapai.”

Laba merupakan main goals atau tolak ukur keberhasilan manajemen perusahaan ataupun industri yang berbasis bisnis atau profit seeking terlebih pada bagian manajemen keuangan. Sedangkan Menurut Hery (2017), laba adalah perubahan dalam ekuitas entitas sepanjang suatu periode sebagai akibat dari transaksi dan peristiwa serta keadaan-keadaan lainnya yang bukan bersumber dari pemilik.

Untuk dapat mencapai laba yang besar, maka manajemen dapat melakukan berbagai langkah-langkah yaitu :

- a. Dapat menekan biaya produksi maupun biaya operasi seminimal mungkin yaitu dengan cara memperhatikan tingkat harga jual dan volume penjualan.
- b. Dapat menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang akan diharapkan.
- c. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Dari ketiga langkah ini, tidak dapat dilakukan secara terpisah karena saling berkaitan.

2.2.2.2 Jenis-jenis Laba

V Wiratna Sujarweni (2017:196) mengemukakan bahwa jenis-jenis laba terdiri dari:

1. Laba Kotor

Laba Kotor merupakan suatu perbedaan antara pendapatan bersih serta penjualan dengan harga pokok penjualan.

2. Laba Operasi

Laba Operasi merupakan selisih antara laba kotor dengan total beban operasi. Laba operasi dapat mengindikasikan kemampuan perusahaan memperoleh pendapatan dari bisnis utamanya.

3. Laba bersih

Hery (2017:43) mengemukakan bahwa laba bersih dapat diartikan sebagai suatu laporan yang memberikan pengguna laporan keuangan sebuah ukuran ringkasan kinerja perusahaan secara menyeluruh selama periode berjalan dan setelah memperhitungkan besarnya pajak penghasilan yang harus dibayarkan. Sedangkan V. Wiratna Sujarweni (2017:197) mengemukakan bahwa laba bersih dapat diartikan sebagai angka terakhir dari perhitungan laba rugi yang mana untuk mencarinya yaitu dengan menggunakan rumus pendapatan yang telah dikurangi biaya dan pajak.

2.2.2.3 Tujuan Laba

Kasmir (2017:302) mengemukakan bahwa laba merupakan salah satu tujuan dari seluruh perusahaan dalam menjalankan suatu aktivitasnya. Perusahaan yang memiliki laba yang relatif stabil memungkinkan untuk memprediksi besarnya estimasi laba di masa yang akan datang. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan setiap periode, yang ditentukan melalui target yang harus dicapai.

Suwardjono (2018:456) menjelaskan bahwa tujuan dari pelaporan laba yaitu :

1. Indikator efisiensi penggunaan dana yang tertanam dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat kembalian atas investasi (*rate of return on invested capital*).
2. Pengukur prestasi atau kinerja badan usaha dan manajemen.
3. Dasar penentuan besarnya pengenaan pajak.

4. Alat pengendali alokasi sumber daya ekonomik suatu negara.
5. Dasar penentuan dan penilaian kelayakan tarif dalam perusahaan publik.
6. Alat pengendali terhadap debitor dalam kontrak utang.
7. Dasar kompensasi dan pembagian bonus.
8. Alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan.
9. Dasar pembagian dividen.

2.2.2.4 Elemen Laba

Menurut Stice et. al, yang diterjemah oleh Ali Akbar (2019: 230) mengemukakan bahwa didalam laba terdapat empat elemen utama, yaitu :

1. Pendapatan (*revenue*)

Pendapatan dapat diartikan sebagai peningkatan lain dari aktiva suatu entitas atau pelunasan kewajibannya dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha utama yang sedang dilakukan entitas tersebut.

2. Beban (*expense*)

Beban merupakan arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha utama yang sedang dilakukan entitas tersebut.

3. Keuntungan (*gain*)

Keuntungan merupakan peningkatan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi, kejadian, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.

4. Kerugian (*loss*)

Kerugian merupakan penurunan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi, kejadian, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.

2.2.2.5 Faktor-Faktor Mempengaruhi Laba

Menurut Jumingan (2017:266) mengemukakan bahwa terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba yaitu sebagai berikut :

1. Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi laba perusahaan.

2. Harga jual

Didalam harga jual produk atau jasa dapat mempengaruhi besarnya volume penjualan produk.

3. Volume penjualan dan produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.2.3 Akuntansi Biaya

2.2.3.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Mulyadi (2018:7) mengemukakan bahwa akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan serta penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Akuntansi biaya didefinisikan sebagai bagian dari akuntansi manajemen, dalam akuntansi biaya akan dipelajari penentuan dan pengendalian biaya yang terjadi dalam perusahaan pada akhirnya akan menghasilkan informasi biaya yang akan digunakan manajemen untuk mengambil keputusan (Sujarweni, 2021: 2).

2.2.3.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Sujarweni (2021:3) mengemukakan bahwa terdapat tiga tujuan untuk mempelajari akuntansi biaya yaitu :

1. Penentuan harga pokok produk

Tujuan mempelajari akuntansi biaya agar dapat memperoleh informasi biaya untuk penentuan harga pokok produk yang digunakan perusahaan untuk menentukan besarnya laba yang diperoleh dan juga untuk menentukan harga jual.

2. Perencanaan biaya dan pengendalian biaya

Tujuan mempelajari akuntansi biaya agar dapat memperoleh informasi biaya sebagai perencanaan biaya. Perencanaan biaya apa saja yang akan dikeluarkan di masa mendatang. Akuntansi biaya menyajikan informasi biaya yang mencakup biaya masa lalu dan biaya di masa datang, serta informasi dihasilkannya dapat sebagai dasar bagi manajemen untuk menyusun perencanaan biaya. Dengan perencanaan biaya yang baik akan memudahkan manajemen dalam melakukan pengendalian biaya.

3. Pengambilan keputusan khusus

Tujuan mempelajari akuntansi biaya agar dapat memperoleh informasi biaya sebagai pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemilihan berbagai tindakan alternatif yang akan dilakukan perusahaan misalnya:

- a. Menerima atau menolak pesanan dari konsumen
- b. Mengembangkan produk
- c. Memproduksi produk baru
- d. Membeli atau membuat sendiri
- e. Menjual langsung atau memproses lebih lanjut

2.2.4 Biaya

2.2.4.1 Pengertian Biaya

Mulyadi (2018:8) mengemukakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Didalam biaya terdapat 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut, yaitu sebagai berikut :

- a. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
- b. Diukur dalam satuan uang.
- c. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
- d. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

2.2.4.2 Penggolongan Biaya

Mulyadi (2018:13) mengemukakan didalam bukunya akuntansi biaya bahwa biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Penggolongan biaya ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different costs for different purpose*”. Biaya dapat digolongkan menjadi berbagai macam yaitu sebagai berikut :

1. Penggolongan biaya tergantung pada objek pengeluaran.

Di dalam penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya apabila nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

2. Penggolongan biaya sesuai fungsi pokok dalam perusahaan.

Didalam perusahaan manufaktur terdapat tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Maka, didalam perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu sebagai berikut :

a. Biaya Produksi

Biaya Produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Didalam biaya ini terdapat biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

b. Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk seperti biaya iklan dan biaya promosi.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya Administrasi dan Umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk, seperti biaya gaji karyawan bagian keuangan.

3. Penggolongan biaya berdasarkan hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai, yaitu :

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai. Didalam biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

4. Penggolongan biaya pada perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, maka biaya dapat digolongkan seperti berikut :

- a. Biaya Variabel

Biaya Variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

- b. Biaya Semivariabel

Biaya Semi Variabel merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

- c. Biaya Tetap

Biaya Tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu, seperti biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

5. Biaya digolongkan menurut jangka waktu manfaatnya, dan dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut :

- a. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*)

Pengeluaran Modal merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini terjadi dibebankan menjadi sebuah kos aktiva serta dibebankan didalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan

dilakukan didepresiasi, diamortisasi atau di depresi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.

b. Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*)

Pengeluaran Pendapatan merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

2.2.5 Biaya Produksi

2.2.5.1 Pengertian Biaya Produksi

Supriyono (2018:19) mengemukakan bahwa pengertian dari biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Sedangkan menurut Harnanto (2017:28), berpendapat bahwa biaya produksi adalah sebagai berikut:

“Biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk meliputi semua biaya, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi”.

Sedangkan Syachfuddin & Rosyidi (2017) mengemukakan bahwa Biaya Produksi merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output atau dengan kata lain yaitu nilai semua faktor produksi yang dipergunakan untuk menghasilkan (memproduksi) output.

2.2.5.2 Unsur-unsur Biaya Produksi

Syamsul Rivai (2019:50) mengemukakan bahwa penggolongan biaya produksi terdiri dari:

1. Biaya Bahan Baku

Barang yang dikonsumsi perusahaan-perusahaan dapat digolongkan ke dalam bahan (material) dan barang yang bukan bahan. Bahan adalah barang yang akan diproses atau diolah menjadi produk selesai. Sedangkan barang yang bukan bahan adalah barang yang akan dikonsumsi dalam perusahaan tetapi tidak merupakan bagian dari produk selesai, atau unsur dari biaya produksi yaitu biaya tenaga kerja, yaitu biaya yang ditanggung perusahaan guna memberikan gaji pada pekerja yang bekerja di perusahaan, biaya tidak tetap merupakan biaya yang tidak bisa dianggarkan atau tergantung dengan jumlah dari produksi, sehingga ketika semakin banyak barang yang diproduksi maka biaya tidak tetap pun akan semakin meningkat. Selanjutnya, biaya bahan dalam hal ini dapat digolongkan dalam dua kategori:

a. Biaya Bahan Baku Langsung (*direct material cost*)

Biaya Bahan Baku Langsung merupakan biaya bagi bahan-bahan yang secara langsung digunakan dalam produksi untuk mewujudkan suatu macam produk jadi yang siap untuk dipasarkan atau siap diserahkan kepada pemesan.

b. Biaya Bahan Penolong (*indirect material cost*)

Biaya Bahan Penolong merupakan biaya bagi bahan-bahan yang dipakai dalam menunjang kelangsungan proses produksi tetapi tidak menjadi bagian integral dari produk yang dihasilkan, biaya-biayanya termasuk ke dalam biaya umum (*overhead* pabrik).

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya Tenaga Kerja merupakan semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Sesuai dengan fungsinya, maka biaya tenaga kerja di pabrik atau produksi dapat digolongkan ke dalam:

a. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*)

Biaya Tenaga Kerja Langsung merupakan biaya bagi para tenaga kerja yang langsung ditempatkan dan didayagunakan dalam menangani kegiatan-kegiatan proses produksi, jadi secara integral diterjunkan dalam kegiatan produksi, menangani segala peralatan produksi sehingga produk dari usaha itu dapat terwujud.

b. Biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labour cost*)

Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung merupakan balas jasa diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Seperti halnya dengan biaya bahan tidak langsung, pembiayaannya adalah termasuk biaya umum (*overhead* pabrik).

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya produksi yang tidak dibebankan secara langsung kepada suatu unit pekerjaan atau kepada suatu produk. Menurut Carter dan Usry (2004:41) dalam Kusumah (2020) mengemukakan: “*Overhead* pabrik terdiri atas semua biaya manufaktur (biaya produksi) yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. *Overhead* pabrik biasanya memasukkan semua biaya manufaktur (biaya produksi) kecuali bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung”.

2.2.5.3 Metode Penentuan Biaya Produksi

Mulyadi (2018) mengemukakan bahwa didalam ini terdapat cara untuk menentukan unsur-unsur dari biaya ke dalam kos produksi serta diperoleh 2 pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. Penjelasanya yaitu sebagai berikut :

1. *Full costing*

Full costing adalah suatu metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik yang tetap maupun variabel.

Mulyadi (2018:18) mengemukakan bahwa harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xxx</u>
Kos produksi	<u>xxx</u>

2. *Variable Costing*

Variable costing merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel. Mulyadi (2018:19) mengemukakan bahwa harga pokok produksi menurut metode *variabel costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u>
Kos produksi	<u>xxx</u>

2.2.5.4 Indikator Biaya Produksi

Didalam biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu perlu dihitung unsur-unsur biaya. Harnanto (2017:30) mengemukakan bahwa rumus menghitung biaya produksi yaitu sebagai berikut :

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

2.2.5.5 Tujuan Biaya Produksi

Suharson, Arif (2021) didalam bukunya mengemukakan bahwa tujuan penentuan biaya produksi atau *production cost* yaitu untuk memaksimalkan laba perusahaan dengan menghasilkan pendapatan dan membandingkannya dengan biaya yang dikeluarkan. Selain itu tujuan dari biaya produksi antara lain yaitu sebagai berikut :

1. Menetapkan biaya produksi dengan mengumpulkan dan mencatat semua bukti transaksi terkait pengeluaran biaya.
2. Mengendalikan biaya.
3. Membantu pengambilan keputusan jangka pendek, seperti pembelian bahan baku, alat produksi dan juga penentuan harga jual barang jadi.

2.2.6 Biaya Promosi

2.2.6.1 Pengertian Biaya Promosi

Basu Swastha (2019:92) dalam Utama (2020) mengemukakan bahwa promosi atau komunikasi pemasaran merupakan elemen yang paling banyak

dijumpai di masyarakat di antara elemen strategi pemasaran perusahaan. Ini tidak mengherankan karena kegiatan promosi sangat diperlukan untuk mengomunikasikan fitur dan manfaat produk kepada pasar sasaran yang diinginkan oleh perusahaan.

Biaya dalam arti lain yang lebih luas merupakan sebuah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Irpan Januarsah, JubiJubi, Ady Inrawan, 2019). Promosi dalam arti lain yaitu suatu aktivitas yang menyampaikan manfaat produk serta membujuk pelanggan untuk membelinya.

2.2.6.2 Tujuan Biaya Promosi

Rini Astuti (2021) mengemukakan bahwa selain berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, promosi pun berfungsi serta memiliki tujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya. Hermono et al (2012) mengemukakan bahwa biaya promosi memiliki tujuan agar dapat membantu kelancaran dari perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan untuk mendapatkan laba yang maksimal.

2.2.6.3 Indikator Biaya Promosi

Pahlan, M (2022) mengemukakan bahwa indikator biaya promosi yaitu sebagai berikut :

1. Biaya periklanan
2. Biaya penjualan secara tatap muka

3. Biaya Publisitas

4. Biaya Promosi penjualan (*sales promotion*)

Freddy Rangkuti (2013:35) mengemukakan bahwa terdapat cara untuk mengetahui Biaya Promosi, yaitu :

$$\text{Biaya Promosi} = \text{Biaya Pemasaran}$$

William N. Lanen et al (2017:67) menjelaskan bahwa biaya pemasaran (*marketing costs*) merupakan biaya yang diperlukan agar dapat mendapatkan pesanan dari pembeli atau target serta menyiapkan produk jadi terhadap pembeli.

2.2.7 Hubungan Antar Variabel

2.2.7.1 Hubungan Biaya Produksi dan Biaya Promosi Secara Parsial Dengan Laba

Diana Maryana (2021) menjelaskan bahwa dalam usaha untuk mencapai laba tidak akan lepas dari pengaruh biaya, karena biaya mempengaruhi laba. Salah satu biaya yang mempengaruhi adalah biaya produksi. Hal ini didukung oleh peneliti sebelumnya (Syafi'i, Teguh Imam, 2018) dari hasil penelitiannya adalah bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

Eva Sihotang (2021) mengemukakan mengenai biaya promosi, bahwa memiliki pengaruh penting terhadap laba karena biaya yang dikeluarkan untuk promosi memiliki tujuan membantu kelancaran suatu industri untuk meningkatkan volume penjualan yang bertujuan untuk meningkatkan agar

mendapatkan laba yang maksimal. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan terlebih dahulu memberitahukan tentang barang dan atau jasa yang diperdagangkan melalui adanya pengenalan produk dengan cara melakukan periklanan, adanya promosi – promosi penjualan.

Hal ini didukung oleh peneliti terdahulu (Felicia & Gultom, 2018) hasil penelitiannya adalah bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 – 2015.

Hipotesis penelitiannya yaitu:

H_1 : Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

2.2.7.2 Hubungan Biaya Produksi dan Biaya Promosi Secara Simultan Dengan Laba

Menurut Asep Mulyana (2017) mengemukakan bahwa biaya merupakan unsur yang penting dalam menentukan sebuah laba. Peningkatan laba didalam perusahaan pun takkan lepas dari indikator yang mendukung, diantaranya yaitu pengeluaran biaya produksi dan biaya promosi yang diharapkan memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan laba perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Felicia & Gultom, 2018) bahwa secara simultan biaya produksi serta biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.

Adanya biaya produksi yang dikeluarkan maka akan terciptanya suatu kegiatan produksi yang cukup baik serta promosi yang baik pun juga dapat menyebabkan peningkatkan pula laba pada perusahaan.

Hipotesis penelitiannya yaitu:

H₂ : Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

2.2.7.3 Hubungan Variabel Paling Dominan Dengan Laba

Dilihat dari penelitian terdahulu oleh Rustami, P., Kirya, I. K., & Cipta, W (2014) antara variabel biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba yang paling dominan berpengaruh terhadap jumlah kredit yang disalurkan maka dapat dilihat pada nilai *standardized coefficients* (beta). Meskipun pada penelitian ini yang paling dominan adalah volume penjualan, tetapi perbandingan antara biaya produksi dan biaya promosi yang paling dominan terhadap laba adalah biaya produksi, dikarenakan memiliki nilai 0,327 atau 32,70% jika dibandingkan dengan biaya promosi yang besarnya hanya 0,324 atau 32,40%. Hipotesis penelitiannya yaitu:

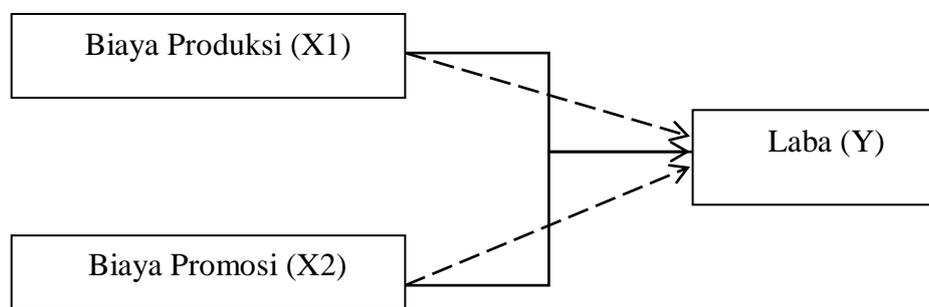
H₃ : Biaya Produksi berpengaruh dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

2.3 Kerangka Konseptual

Notoatmodjo (2018:83) mengemukakan tentang kerangka konsep penelitian merupakan cara yang digunakan untuk mendeskripsikan hubungan

atau kaitan antara variabel penelitian. Kerangka konseptual bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan penelitian agar penelitian lebih terarah sesuai dengan tujuan (Fatchurrozi, 2013). Didalam penelitian ini variabel independennya adalah biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2), sedangkan variabel dependennya adalah laba (Y).

Maka dari itu kerangka konseptual dapat digunakan yaitu:



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Keterangan :

- : Hubungan simultan
 - - - - - → : Hubungan parsial

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:99) menjelaskan bahwa hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban yang sementara dari rumusan masalah penelitian, maka dari itu rumusan masalah yang dibuat menjadi sebuah pertanyaan dan menjadi sementara karena jawaban yang diberikanpun didasarkan oleh teori yang masih belum didasarkan oleh fakta yang empiris melalui pengumpulan data yang didapatkan.

Berdasarkan dari pernyataan tersebut, dapat dibentuk hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

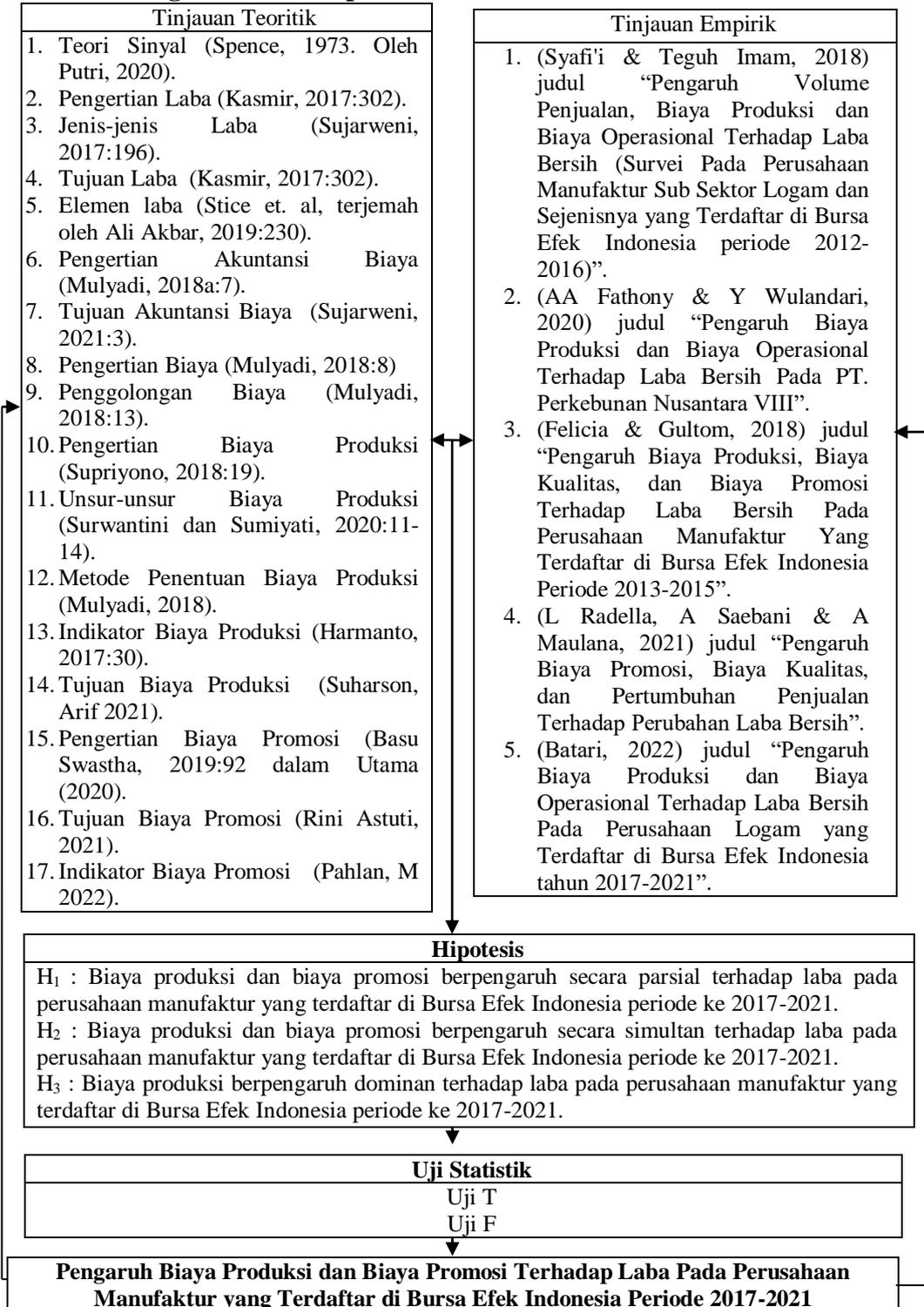
H₁ : Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

H₂ : Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

H₃ : Biaya produksi berpengaruh dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Proses Berpikir



Gambar 3. 1
Kerangka Proses Berpikir

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Sugiyono (2017:2) menjelaskan tentang metode penelitian yang dapat diartikan sebagai suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan serta kegunaan tertentu. Untuk metode yang digunakan didalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Sugiyono (2018:15) menjelaskan bahwa metode kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang bersumber kepada filsafat positivisme, dipakai mengamati populasi dan sampel, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan serta menguji hipotesis yang diajukan sebelumnya.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif agar mengetahui bagaimana pengaruh antara biaya produksi, biaya promosi terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.2.1 Identifikasi Variabel

Sugiyono (2018:57) mengemukakan variabel penelitian merupakan sifat dari orang, obyek, organisasi ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian diambil suatu kesimpulan. Variabel yang digunakan yaitu biaya produksi (X1), biaya promosi (X2), dan laba (Y).

3.2.1.1 Variabel Dependen

Sugiyono (2018:57) mengemukakan bahwa variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen digunakan dalam penelitian ini adalah laba. Kasmir (2017:302) mengemukakan bahwa laba dapat diartikan sebagai salah satu tujuan utama suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya.

Perusahaan yang memiliki laba yang relatif stabil memungkinkan untuk memprediksi besarnya estimasi laba di masa datang. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan setiap periode melalui target yang harus dicapai. Laba yang digunakan didalam penelitian ini yaitu laba bersih (Y).

3.2.1.2 Variabel Independen

Sugiyono (2018:57) menjelaskan bahwa variabel independen atau variabel bebas merupakan suatu variabel yang mempengaruhi perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel independen yang dipakai didalam penelitian ini yaitu Biaya Produksi (X1) dan Biaya Promosi (X2).

a. Biaya Produksi (X1)

Biaya Produksi merupakan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi (Supriyono, 2018:19).

b. Biaya Promosi (X2)

Biaya Promosi merupakan elemen yang paling banyak dijumpai di masyarakat di antara elemen strategi pemasaran perusahaan. Ini tidak mengherankan karena kegiatan promosi sangat diperlukan untuk mengomunikasikan fitur dan manfaat produk kepada pasar sasaran yang diinginkan oleh perusahaan (Basu Swastha, 2019:92) dalam (Utama, 2020)

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa definisi operasional variabel merupakan atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditemukan kesimpulannya. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2021, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini yaitu biaya produksi dan biaya promosi.

Operasional variabel pun memiliki tujuan yaitu untuk memaparkan variabel penelitian menjadi konsep yang terarah untuk mendapatkan nilai variabel lainnya.

Berikut merupakan tabel dari definisi operasional dan pengukuran variabel :

Tabel 3. 1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Definisi	Pengukuran
1.	Independen Biaya Produksi (X1)	Semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi (Supriyono, 2018:19).	Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.
2.	Independen Biaya Promosi (X2)	Elemen yang paling banyak dijumpai di masyarakat di antara elemen strategi pemasaran perusahaan. Ini tidak mengherankan karena kegiatan promosi sangat diperlukan untuk mengomunikasikan fitur dan manfaat produk kepada pasar sasaran yang diinginkan oleh perusahaan (Basu Swastha, 2019:92) dalam (Utama, 2020).	Biaya Promosi = Biaya Pemasaran.
3.	Dependen Laba Bersih (Y)	Laporan yang memberikan pengguna laporan keuangan berbentuk ringkasan kinerja perusahaan secara keseluruhan selama periode berjalan dan setelah memperhitungkan besarnya pajak penghasilan yang harus dibayarkan (Hery, 2017:43).	Laba bersih = laba sebelum pajak – pajak penghasilan

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

3.3 Teknik Penentuan Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2018:130) mengemukakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakter yang disesuaikan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil suatu kesimpulan. Jadi untuk populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 dengan jumlah sebanyak 218 perusahaan.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi yang telah dijabarkan. Untuk menentukan jumlah sampel yang diolah dari jumlah populasi, maka dapat melakukan cara teknik pengambilan sampling, dan untuk sampel disini terdiri dari 51 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017 sampai 2021.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2018:133) menjelaskan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dapat menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Untuk teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2018:138) mengemukakan

bahwa *purposive sampling* merupakan suatu teknik penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu.

Purposive sampling digunakan didalam penelitian ini karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis rencanakan. Terdapat berbagai syarat yang digunakan didalam penelitian ini untuk *purposive sampling* yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada periode 2017 sampai 2021.
2. Perusahaan manufaktur yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan periode 2017 sampai 2021.
3. Perusahaan manufaktur yang tidak mendapatkan laba pada periode 2017 sampai 2021.
4. Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang Rupiah pada periode 2017 sampai 2021.
5. Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini pada periode 2017 sampai 2021.

Tabel 3. 2

Pengambilan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

No.	Keterangan	Jumlah
	Populasi : Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 sampai 2021.	218
1.	Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada periode 2017 sampai 2021.	(64)
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan periode 2017 sampai 2021.	(13)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah pada periode 2017 sampai 2021.	(27)
4.	Perusahaan manufaktur yang tidak mendapatkan laba pada periode 2017 sampai 2021.	(48)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini pada periode 2017 sampai 2021.	(15)
	Sampel Penelitian	51
	Total Sampel (n x Periode Penelitian) (51 x 5 tahun)	255

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengamati perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan telah memenuhi kriteria persyaratan yang ada dan waktu pengamatan selama 5 periode dari tahun 2017 sampai 2021.

3.4.2 Waktu Penelitian

Lama waktu penelitian dilakukan yaitu dari bulan Maret 2023 - Juni 2023.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2018:224) mengemukakan pengertian dari teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang strategis dalam penelitian, dikarenakan memiliki peran untuk mendapatkan data. Metode pengumpulan data yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dapat diartikan sebagai sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:213).

Data sekunder merupakan suatu data yang mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang memiliki hubungan untuk membantu penelitian. Data sekunder ini berbentuk laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Laporan keuangan didapatkan dari website www.idx.co.id dan dari web masing-masing perusahaan.

3.6 Pengujian Data

3.6.1 Statistik Deskriptif

Ghozali (2018:19) mengemukakan bahwa statistik deskriptif memiliki tujuan memberikan informasi tentang gambaran, penjelasan data yang dapat dilihat dari nilai minimum, maximum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness*. Dalam statistik deskriptif ini biasanya menggambarkan profil data sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis statistik yang berfungsi untuk menguji hipotesis serta memberikan gambaran fenomena terkait variabel penelitian melalui data yang telah dikumpulkan.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki tujuan yaitu untuk menguji dan mengetahui kelayakan atas model regresi yang digunakan didalam penelitian, serta kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan bias dalam penelitian. Untuk uji asumsi klasik yaitu dijelaskan dibawah ini:

a. Uji Normalitas

Ghozali (2018) bahwa uji normalitas adalah uji yang dijalankan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Metode yang dipakai yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) sebagai mendeteksi normalitas pada distribusi data, caranya dengan menentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018) mengemukakan bahwa uji multikolonieritas merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi multikolonieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya

multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) mengemukakan uji heteroskedastisitas ini memiliki peranan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut dengan Heteroskedastisitas. Ghozali (2018:137) menjelaskan juga bahwa model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Maka didalam pengujian ini peneliti menggunakan uji Glejser, yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Ghozali (2018) mengemukakan bahwa uji autokorelasi untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Jika terjadi korelasi, maka ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Salah satu uji yang untuk mendeteksi adanya autokorelasi atau tidak yaitu menggunakan *Run Test*. Ghozali (2018) mengemukakan bahwa *Run Test* merupakan bagian dari statistik nonparametrik yang digunakan untuk menguji

apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random.

Pengambilan dari keputusan ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari tingkat signifikansi yang dihasilkan dalam pengujian *run test*. Jika tingkat signifikansi dari hasil pengujian > 0.05 maka hipotesis nol diterima bahwa residual random atau tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual (Ghozali, 2018).

3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:95) menjelaskan bahwa analisis regresi linear berganda dapat diartikan sebagai suatu analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen). Didalam analisis regresi linier berganda ini memiliki tujuan yaitu untuk memahami adanya signifikan atau tidak pengaruh yang ditimbulkan dari biaya produksi, biaya promosi terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

Didalam penggunaan persamaan regresi berganda ini dapat dilakukan seperti rumus berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Laba)

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi

β_2 = Koefisien Regresi

X1 = Variabel Bebas (Biaya Produksi)

X2 = Variabel Bebas (Biaya Promosi)

e = Standar error/variabel pengganggu

a. Analisis Korelasi Ganda (R)

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa analisis koefisien korelasi r digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba. Koefisien ini pun menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara nol sampai satu. Jika angkanya mendekati satu berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, tetapi apabila semakin menjauhi 1 berarti hubungan yang terjadi semakin lemah.

Dibawah ini merupakan pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien yaitu :

Tabel 3. 3

Interpretasi terhadap korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2018:184)

b. Analisis Koefisien Determinasi

Ghozali (2018:97) mengemukakan bahwa koefisien memiliki peranan mendeteksi jauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu diantara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Analisis koefisien determinasi memiliki tujuan mengetahui sebesar mana kemampuan variabel bebas menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian didalam penelitian ini pun dilakukan agar mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara variabel bebas Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dengan variabel terikat Laba (Y). Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka diketahui rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien kuadrat korelasi ganda

Besarnya koefisien determinasi (R^2) terletak diantara 0 dan 1 atau diantara 0% sampai dengan 100%. Sebaliknya jika $R^2 = 0$, model tadi tidak menjelaskan sedikitpun pengaruh variasi variabel X terhadap Y.

1. Jika $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka menunjukkan adanya pengaruh positif dan korelasi antara variabel yang diuji sangat kuat.

2. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika $R^2 = -1$ atau mendekati -1 , maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi antara variabel-variabel yang diuji lemah.
3. Jika $R^2 = 0$ atau mendekati 0 , maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.7.1 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa analisis data dalam proses penelitian adalah suatu penelitian yang sukar atau sulit untuk dilakukan dan dibutuhkan kerja keras, cara berpikir kreatif, dan wawasan tinggi. Proses menganalisis data penelitian diartikan sebagai proses yang sulit di dalam suatu penelitian, dikarenakan peneliti yang bersangkutan perlu bekerja keras untuk melakukannya.

3.7.2 Uji Hipotesis

Sugiyono (2018:242) menjelaskan bahwa hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan populasi yang diuji kebenarannya berdasarkan data yang didapatkan dari sampel penelitian atau statistik. Pengujian hipotesis memiliki tujuan yaitu mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dapat menggunakan uji

signifikansi parsial (uji statistik t) serta uji signifikansi simultan (uji statistik F). Penjelasan dari pengujian hipotesis yaitu sebagai berikut :

3.7.2.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Ghozali (2018:98) mengemukakan bahwa uji statistik t memiliki tujuan untuk mengetahui atau mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individu dalam menerangkan variasi terhadap variabel terikat.

Hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut :

- a. Nilai signifikansi $\geq 0,05$, H_0 diterima atau H_a ditolak, maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara individual terhadap variabel terikat.
- b. Nilai signifikansi $\leq 0,05$, H_0 ditolak atau H_a diterima, maka variabel bebas memiliki pengaruh secara individual terhadap variabel terikat.

3.7.2.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Ghozali (2018:98) mengemukakan bahwa Uji statistik simultan ini memiliki tujuan untuk membuktikan bahwa semua variabel bebas terdapat pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat. Maka untuk hipotesis dari uji statistik simultan atau F ini yaitu:

- a. Nilai signifikansi $\geq 0,05$, H_0 diterima atau H_a ditolak, maka seluruh variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat.

- b. Nilai signifikansi $\leq 0,05$, H_0 ditolak atau H_a diterima, maka seluruh variabel bebas memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Didalam penelitian ini menggunakan obyek perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 sampai 2021 dan terdapat 51 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang memenuhi kriteria dari teknik *purposive sampling* yang telah dijabarkan kriterianya pada bab III didalam penelitian ini, dan dengan periode lima tahun dan jumlah laporan keuangan yang diteliti sebanyak 255.

Tabel 4. 1
Pengambilan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

No.	Keterangan	Jumlah
	Populasi : Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 sampai 2021.	218
1.	Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada periode 2017 sampai 2021.	(64)
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan periode 2017 sampai 2021.	(13)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah pada periode 2017 sampai 2021.	(27)
4.	Perusahaan manufaktur yang tidak mendapatkan laba pada periode 2017 sampai 2021.	(48)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini pada periode 2017 sampai 2021.	(15)
	Sampel Penelitian	51
	Total Sampel (n x Periode Penelitian) (51 x 5 tahun)	255

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, terlihat jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 sebanyak 21 perusahaan. Dari jumlah 218 perusahaan tersebut terdapat 64 perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut pada periode 2017 sampai 2021, maka dieliminasi karena tidak sesuai dengan kriteria yang diinginkan didalam penelitian ini. Kedua terdapat 13 perusahaan manufaktur yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan periode 2017 smapai 2021 maka akan dieliminasi. Lalu ketiga terdapat 27 perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah pada periode 2017 sampai 2021. Keempat terdapat 48 perusahaan manufaktur yang tidak mendapatkan laba pada periode 2017 sampai 2021, dan yang terakhir terdapat 15 perusahaan manufaktur yang tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini periode 2017 sampai 2021. Berdasarkan kriteria tersebut maka jumlah sampel perusahaan yang akan digunakan sebanyak 51 perusahaan dan jumlah laporan keuangan yang akan diteliti sebanyak 255.

Tabel 4. 2
Sampel Penelitian

No.	KODE	Nama Perusahaan
	SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA	
	Sub Sektor Semen	
1	INTP	Indocement Tunggal Prakasa Tbk
2	SMBR	Semen Baturaja Tbk
3	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
4	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk
	Sub Sektor Keramik, Porselen, Kaca	
5	ARNA	Arwana Citramulia Tbk

6	MARK	Mark Dynamics Indonesia Tbk
7	MLIA	Mulia Industrindo Tbk
Sub Sektor Logam dan Sejenisnya		
8	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk
Sub Sektor Kimia		
9	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk
10	INCI	Intan Wijaya Internasional Tbk
Sub Sektor Plastik dan Kemasan		
11	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk
12	PBID	Panca Budi Idaman Tbk
13	TALF	Tunas Alfin Tbk
14	TRST	Trias Sentosa Tbk
Sub Sektor Pakan Ternak		
15	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
16	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
Sub Sektor Pulp dan Kertas		
17	ALDO	Alkindo Naratama Tbk
18	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk
SEKTOR ANEKA INDUSTRI		
Sub Sektor Otomotif dan Komponen		
19	INDS	Indospring Tbk
20	LPIN	Multi Prima Sejahtera Tbk
21	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
Sub Sektor Kabel		
22	SCCO	Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk
SEKTOR BARANG KONSUMSI		
Sub Sektor Makanan dan Minuman		
23	ADES	Akasha Wira International Tbk
24	BUDI	Budi Starch and Sweetener Tbk
25	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
26	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
27	DLTA	Delta Djakarta Tbk
28	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
29	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
30	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk

31	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
32	MYOR	Mayora Indah Tbk
33	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
34	SKLT	Sekar Laut Tbk
35	STTP	Siantar Top Tbk
36	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk
37	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk
	Sub Sektor Rokok	
38	GGRM	Gudang Garam Tbk
39	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
40	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
	Sub Sektor Farmasi	
41	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
42	KAEF	Kimia Farma Tbk
43	KLBF	Kalbe Farma Tbk
44	MERK	Merck Tbk
45	PYFA	Pyridam Farma Tbk
46	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
47	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
	Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga	
48	KINO	Kino Indonesia Tbk
49	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
	Sub Sektor Keperluan Rumah Tangga	
50	WOOD	Integra Indocabinet Tbk
	Sub Sektor Lainnya	
51	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk

Sumber : www.idx.co.id

4.2 Data dan Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Variabel Bebas

1. Biaya Produksi (X1)

Supriyono (2018:19) menjelaskan pengertian dari biaya produksi yang merupakan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Unsur-unsur dari biaya produksi yaitu sebagai berikut :

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

Tabel 4. 3
Biaya Produksi

No.	KODE	Biaya Produksi (X1) Dalam Jutaan Rupiah				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	INTP	8.941.455	9.926.804	9.465.218	8.216.799	8.909.945
2	SMBR	1.017.454	1.329.022	1.049.192	959.779	991.040
3	SMGR	20.133.017	20.974.610	27.791.258	23.821.881	23.977.229
4	WTON	1.411.398	1.560.962	1.939.161	1.226.633	928.060
5	ARNA	1.302.849	1.468.850	1.571.225	1.544.513	1.652.012
6	MARK	153.176	173.845	209.641	334.790	600.717
7	MLIA	4.449.629	2.922.860	2.903.833	2.736.449	2.870.168
8	INAI	792.648	935.533	1.019.611	936.019	1.341.526
9	DPNS	64.479	89.534	76.267	54.600	74.105
10	INCI	216.721	309.129	309.543	298.044	460.047
11	IGAR	639.027	676.589	647.894	608.218	799.573
12	PBID	1.569.384	2.000.787	1.936.552	1.696.363	2.299.671
13	TALF	590.264	646.119	827.628	909.383	952.773
14	TRST	2.157.036	2.504.864	2.329.097	2.589.362	3.211.718
15	CPIN	28.122.830	28.812.891	31.034.402	33.882.911	43.138.206
16	JPFA	24.378.860	26.915.699	29.825.682	29.064.434	36.723.192
17	ALDO	349.100	420.947	625.870	639.024	996.782
18	KDSI	1.924.957	2.002.756	1.869.444	1.604.839	1.930.646
19	INDS	1.523.879	2.050.243	1.816.580	1.354.452	2.161.838

20	LPIN	74.977	76.358	65.784	72.915	94.599
21	SMSM	2.271.861	2.677.612	2.585.311	2.030.690	2.693.980
22	SCCO	3.830.446	4.463.484	4.041.413	2.639.325	4.338.054
23	ADES	353.705	409.695	404.956	317.517	429.249
24	BUDI	2.074.815	2.588.350	2.447.549	2.338.379	2.723.059
25	CAMP	368.986	389.960	426.145	426.001	438.114
26	CLEO	391.122	587.473	693.860	551.612	657.369
27	DLTA	198.409	244.464	226.975	176.909	201.365
28	HOKI	1.041.093	1.229.298	1.414.174	1.029.676	818.043
29	ICBP	23.056.518	26.163.802	27.841.065	29.566.169	36.693.159
30	INDF	45.586.774	50.930.147	52.470.847	53.654.584	65.676.408
31	MLBI	1.123.814	1.203.934	1.415.644	1.057.632	1.106.203
32	MYOR	15.432.073	18.485.524	16.956.873	16.797.542	21.020.089
33	ROTI	1.183.552	1.276.015	1.488.017	1.413.430	1.502.060
34	SKLT	354.513	417.295	502.870	506.757	552.350
35	STTP	2.220.542	2.226.698	2.574.385	2.781.188	3.285.052
36	TBLA	6.709.085	6.312.129	6.438.390	8.239.389	12.832.503
37	ULTJ	3.086.431	3.456.813	3.972.002	3.709.688	4.260.448
38	GGRM	16.901.469	18.021.517	19.649.026	18.969.476	19.701.152
39	HMSP	16.102.380	17.085.772	16.485.360	15.151.984	14.809.682
40	WIIM	1.001.853	991.989	949.610	1.421.530	2.139.536
41	DVLA	677.031	803.934	848.390	849.857	893.463
42	KAEF	11.307	9.318	1.697.635	1.467.353	3.724.527
43	KLBF	5.723.547	6.099.435	6.526.333	6.612.473	7.346.831
44	MERK	373.370	396.964	240.917	229.798	432.562
45	PYFA	75.847	95.731	97.248	88.124	255.122
46	SIDO	1.411.881	1.363.877	1.387.619	1.472.755	1.775.005
47	TSPC	2.074.996	2.555.513	2.902.871	3.052.873	3.514.184
48	KINO	1.336.438	1.746.823	2.377.578	406.691	426.951
49	UNVR	18.247.949	19.048.934	19.964.545	18.351.739	17.930.635
50	WOOD	1.172.936	1.481.841	1.519.543	2.051.485	3.663.195
51	HRTA	2.401.248	2.513.669	3.053.558	3.920.333	4.859.969

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

2. Biaya Promosi (X2)

Menurut Basu Swastha (2019:92) dalam (Utama, 2020), Biaya Promosi merupakan biaya dengan sejumlah besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan untuk mempromosikan produknya guna meningkatkan penjualan. Promosi atau komunikasi pemasaran merupakan elemen yang paling banyak dijumpai di masyarakat di antara elemen strategi pemasaran perusahaan. Adapun indikator dari biaya promosi adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya Promosi} = \text{Biaya Pemasaran}$$

Tabel 4. 4
Biaya Promosi

No.	KODE	Biaya Promosi (X2) Dalam Jutaan Rupiah				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	INTP	108.347	102.362	100.629	55.257	39.894
2	SMBR	12.112	2.416	7.517	3.467	3.201
3	SMGR	253.105	153.685	191.043	222.438	313.511
4	WTON	3.549	2.021	1.724	783	1.017
5	ARNA	3.249	4.222	4.076	3.255	2.635
6	MARK	228	193	369	1.210	1.232
7	MLIA	106.668	95.245	109.948	1.503	2.370
8	INAI	956	587	1.281	27	289
9	DPNS	18	27	18	18	20
10	INCI	170	372	836	169	124
11	IGAR	520	785	976	262	199
12	PBID	6.240	8.713	14.968	8.965	8.724
13	TALF	3.148	4.043	3.786	4.743	4.179
14	TRST	4.367	1.340	6.179	10.738	10.599
15	CPIN	281.560	194.753	108.202	53.619	78.374
16	JPFA	20.219	14.204	16.708	206.009	274.796
17	ALDO	1.436	1.587	1.423	1.084	9.534
18	KDSI	3.068	2.434	2.485	1.823	1.054
19	INDS	6.035	11.272	5.612	6.377	9.749

20	LPIN	66	81	134	170	149
21	SMSM	8.754	10.546	11.552	9.974	9.097
22	SCCO	34.326	50.705	54.037	47.194	82.405
23	ADES	140.779	104.286	98.373	14.960	15.501
24	BUDI	12.966	3.703	1.846	1.856	1.146
25	CAMP	54.292	52.160	52.204	57.573	56.495
26	CLEO	29.540	33.897	38.717	39.041	42.049
27	DLTA	44.967	48.483	45.858	57.387	50.860
28	HOKI	29.776	3.324	1.445	1.444	2.244
29	ICBP	1.311.735	1.359.350	1.543.623	1.884.400	1.901.839
30	INDF	1.448.701	1.552.179	1.697.366	1.998.784	2.009.925
31	MLBI	266.382	261.724	237.384	123.570	177.378
32	MYOR	1.419.754	2.431.032	3.393.230	3.201.566	3.631.317
33	ROTI	151.645	207.100	273.420	246.770	227.952
34	SKLT	31.941	35.513	39.630	43.135	47.896
35	STTP	90.154	73.154	108.846	59.828	140.459
36	TBLA	2.707	5.120	2.727	2.690	1.407
37	ULTJ	329.957	452.819	455.752	335.229	305.908
38	GGRM	2.316.533	2.460.651	2.649.820	1.961.092	2.132.922
39	HMSP	2.674.708	2.495.852	2.564.203	2.353.792	2.292.120
40	WIIM	68.684	83.027	73.815	58.475	79.542
41	DVLA	256.154	256.728	233.741	235.423	261.980
42	KAEF	296.053	316.048	616.199	413.150	343.126
43	KLBF	1.797.834	1.631.719	1.736.480	1.635.125	1.999.088
44	MERK	111.262	103.985	20.966	16.951	16.239
45	PYFA	42.911	57.138	44.437	52.336	84.394
46	SIDO	249.407	284.626	357.109	359.460	395.325
47	TSPC	1.564.678	1.624.739	1.789.991	1.367.506	1.410.485
48	KINO	617.739	751.120	902.940	673.273	751.823
49	UNVR	1.498.024	1.658.263	1.774.986	2.022.167	1.736.726
50	WOOD	5.685	843	2.388	1.811	3.747
51	HRTA	1.631	4.564	5.720	3.481	6.170

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

4.2.2 Variabel Terikat

1. Laba (Y)

Laba yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan laba bersih. Menurut Hery (2017:43) mengemukakan bahwa laba bersih dapat diartikan sebagai suatu laporan yang memberikan pengguna laporan keuangan sebuah ukuran ringkasan kinerja perusahaan secara menyeluruh selama periode berjalan dan setelah memperhitungkan besarnya pajak penghasilan yang harus dibayarkan. Adapun rumus untuk menghitung laba bersih yaitu :

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba sebelum pajak} - \text{pajak penghasilan}$$

Tabel 4. 5

Laba Bersih

No.	KODE	Laba Bersih (Y) Dalam Jutaan Rupiah				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	INTP	1.859.818	1.145.937	1.835.305	1.806.337	1.788.496
2	SMBR	146.648	76.074	30.073	10.981	51.817
3	SMGR	2.043.025	3.085.704	2.371.233	2.674.343	2.082.347
4	WTON	340.458	486.640	510.711	123.147	81.433
5	ARNA	122.183	158.207	217.675	326.241	475.983
6	MARK	47.057	81.905	88.002	144.194	392.149
7	MLIA	47.534	189.082	126.773	55.089	647.249
8	INAI	38.651	40.463	33.558	3.991	4.319
9	DPNS	5.963	9.380	3.937	2.400	22.723
10	INCI	16.554	16.675	13.811	30.071	11.036
11	IGAR	72.376	44.672	60.836	60.770	104.034
12	PBID	230.873	297.628	223.626	373.653	412.552
13	TALF	21.465	43.976	27.456	18.488	22.437
14	TRST	38.199	63.193	38.911	73.277	200.975
15	CPIN	2.496.787	4.551.485	3.632.174	3.845.833	3.619.010
16	JPFA	1.107.810	2.253.201	1.883.857	1.221.904	2.130.896
17	ALDO	29.035	42.506	78.421	65.331	100.771
18	KDSI	68.965	76.761	64.090	60.178	72.634

19	INDS	113.639	110.686	101.465	58.751	158.199
20	LPIN	191.977	32.755	29.918	6.732	23.408
21	SMSM	555.388	633.550	638.676	539.166	728.263
22	SCCO	269.730	253.995	303.593	238.152	141.762
23	ADES	38.242	52.958	83.885	135.789	265.758
24	BUDI	45.691	50.467	64.021	67.093	91.723
25	CAMP	43.421	61.947	76.758	44.045	100.066
26	CLEO	50.173	63.261	130.756	132.772	180.711
27	DLTA	279.772	338.129	317.815	123.465	187.992
28	HOKI	47.964	90.195	103.723	38.038	12.533
29	ICBP	3.543.173	4.658.781	5.360.029	7.418.574	7.900.282
30	INDF	5.145.063	4.961.851	5.902.729	8.752.066	11.203.585
31	MLBI	1.322.067	1.224.807	1.206.059	285.617	665.850
32	MYOR	1.630.953	1.760.434	2.039.404	2.098.168	1.211.052
33	ROTI	135.36	127.171	236.518	168.610	281.340
34	SKLT	22.970	31.954	44.943	42.520	84.524
35	STTP	216.024	255.088	482.590	628.628	617.573
36	TBLA	954.357	764.380	661.034	680.730	791.916
37	ULTJ	711.681	701.607	1.035.865	1.109.666	1.276.793
38	GGRM	7.755.347	7.793.068	10.880.704	7.647.729	5.605.321
39	HMSP	12.670.534	13.538.418	13.721.513	8.581.378	7.137.097
40	WIIM	40.589	51.142	27.328	172.506	176.877
41	DVLA	162.249	200.651	221.783	162.072	146.725
42	KAEF	331.707	401.792	15.890	20.425	289.888
43	KLBF	2.453.251	2.497.261	2.537.601	2.799.622	3.232.007
44	MERK	144.677	37.377	78.256	71.902	131.660
45	PYFA	7.127	8.447	9.342	22.104	5.478
46	SIDO	533.799	663.849	807.689	934.016	1.260.898
47	TSPC	557.339	540.378	595.154	834.369	877.817
48	KINO	109.696	150.116	515.603	113.665	100.649
49	UNVR	7.004.562	9.109.445	7.392.837	7.163.536	5.758.148
50	WOOD	171.431	242.010	218.064	314.373	535.295
51	HRTA	110.301	123.393	149.990	170.679	194.432

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

4.3 Analisis Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis

4.3.1 Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ini biasanya digunakan untuk menggambarkan profil data sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis statistik yang berfungsi untuk menguji hipotesis serta memberikan gambaran fenomena terkait variabel penelitian melalui data yang telah dikumpulkan. Berikut merupakan data statistik secara umum dari seluruh data yang digunakan yaitu :

Tabel 4. 6
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya_Produksi_X1	255	9318369998,00	65676408000000,00	6224504906977,6810	10809131580516,70100
Biaya_Promosi_X2	255	18315000,00	3631317756362,00	388183776908,8159	742703525740,12620
Laba_Y	255	2400715154,00	13721513000000,00	1229804939079,7020	2470020795809,26400
Valid N (listwise)	255				

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Didalam tabel 4.6 menunjukkan bahwa Biaya Produksi (X1) dan Biaya Promosi (X2) serta Laba bersih (Y) memiliki nilai terendah, nilai tertinggi dan nilai rata-rata yang positif. Dibawah ini merupakan rincian data deskriptif yang telah diolah yaitu sebagai berikut :

- a. Variabel Biaya Produksi (X1) terdapat nilai min 9318369998,00 , nilai max 65676408000000,00 , nilai mean sebesar 6224504906977,6810 dan nilai

standart deviation 10809131580516,70100 dan memiliki sampel sebanyak 255.

- b. Variabel Biaya Promosi (X2) terdapat nilai min 18315000,00 ,nilai max 3631317756362,00 , nilai mean 388183776908,8159 dan nilai standart deviation sebesar 742703525740,12620 dan memiliki sampel sebanyak 255.
- c. Variabel Laba Bersih (Y) nilai min 2400715154,00 , nilai max 13721513000000,00 , nilai mean 1229804939079,7020 dan nilai standart deviation 2470020795809,26400 dan memiliki sampel sebanyak 255.

4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik ini menggunakan non parametric Kolmogrov-Smirnov (K-S) :

H0 : Data residual berdistribusi normal.

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal.

Berikut merupakan hasil dari uji normalitas :

Tabel 4. 7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LOG_Y1
N		255
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,0550
	Std. Deviation	,03159
Most Extreme Differences	Absolute	,048
	Positive	,045
	Negative	-,048
Test Statistic		,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Pengolahan data tabel 4.7 maka didapat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya $> 0,05$ maka disimpulkan nilai telah memenuhi syarat normalitas serta data berdistribusi normal.

4.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi adanya tidaknya multikolinieritas yang terdapat pada nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu:

- a. Memiliki nilai *tolerance* $< 0,10$ atau
- b. Memiliki nilai VIF > 10 .

Jika terjadi seperti diatas, maka terjadi multikolinieritas. Dibawah ini merupakan hasil dari uji multikolinieritas :

Tabel 4. 8
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-60366451833,812	99570608616,827		-,606	,545		
Biaya_Produksi_X1	,097	,009	,424	10,451	,000	,711	1,406
Biaya_Promosi_X2	1,772	,135	,533	13,147	,000	,711	1,406

a. Dependent Variable: Laba_Y

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Untuk tabel 4.8 dilihat variabel Biaya Produksi memiliki nilai *tolerance* 0,711 $> 0,10$ serta nilai VIF 1,406 < 10 . Variabel Biaya Promosi memiliki nilai *tolerance* 0,711 $> 0,10$ serta nilai VIF 1,406 < 10 . Setiap variabel memiliki nilai *tolerance* $>$

0,10 serta nilai VIF < 10, dan ditarik kesimpulan pada analisis ini tidak ada tanda multikolinearitas.

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji yang memiliki tujuan menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut dengan Heteroskedastisitas. Didalam pengujian ini peneliti menggunakan uji Glejser, yaitu :

- a. Nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut hasil olahdata dengan menggunakan statistik :

Tabel 4. 9
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,419	,024		17,765	,000
Biaya_Produksi_X1	1,408E-15	,000	,048	,643	,521
Biaya_Promosi_X2	-5,489E-16	,000	-,001	-,017	,986

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Hasil uji heteroskedastisitas tabel 4.9 nilai asymp sig Biaya Produksi (X1) sebesar $0,521 \geq 0,05$ dan Biaya Promosi (X2) sebesar $0,986 \geq 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada residual.

4.3.2.4 Uji Autokorelasi

Didalam uji autokorelasi ini memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ dan menggunakan *Run Test*. Dibawah ini merupakan hasil dari olah statistik yaitu :

Tabel 4. 10
Hasil Uji Autokorelasi
Runs Test

Unstandardized Residual	
Test Value ^a	7643197990398,24000 ^b
Cases < Test Value	254
Cases >= Test Value	1
Total Cases	255
Number of Runs	3
Z	,089
Asymp. Sig. (2-tailed)	,929

a. Mode

b. There are multiple modes. The mode with the largest data value is used.

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Hasil tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0,929 , karena nilainya $> 0,05$ maka dinyatakan tidak terjadi autokorelasi.

4.3.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Didalam analisis regresi linier berganda memiliki tujuan untuk mengetahui adanya signifikan atau tidak pengaruh yang ditimbulkan dari biaya produksi, biaya promosi terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Berikut perhitungan yang dilakukan melalui statistik:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-60366451833,812	99570608616,827		-,606	,545
Biaya_Produksi_X1	,097	,009	,424	10,451	,000
Biaya_Promosi_X2	1,772	,135	,533	13,147	,000

a. Dependent Variable: Laba_Y

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Dari pengolahan data pada tabel 4.11, diketahui nilai regresi linier bergandanya yaitu :

- a. Konstanta = -60366451833,812
- b. Biaya Produksi = 0,097
- c. Biaya Promosi = 1,772

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y \text{ Laba} = -60366451833,812 + 0,097 \text{ Biaya Produksi} + 1,772 \text{ Biaya Promosi} + e$$

Berdasarkan hasil persamaan diatas maka :

- a. Konstanta sebesar -60366451833,812 maka nilai variabel independen dianggap konstan maka laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI akan menurun sebesar -60366451833,812.
- b. Biaya Produksi (X1) sebesar 0,097 dengan arah pengaruh positif menunjukkan bahwa apabila biaya produksi mengalami kenaikan dan diikuti oleh kenaikan laba sebesar 0,097 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- c. Biaya Promosi (X2) sebesar 1,772 dengan arah pengaruh positif menunjukkan bahwa apabila biaya promosi mengalami kenaikan maka diikuti oleh kenaikan laba sebesar 1,772 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

4.3.3.1 Analisis Korelasi Ganda (R)

Analisis koefisien korelasi R digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas X1 Biaya Produksi dan X2 Biaya Promosi dengan variabel terikat Y Laba. Berikut merupakan hasil olah data melalui statistik :

Tabel 4. 12
Hasil Uji Analisis Korelasi Ganda
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,840 ^a	,706	,703	1345220780140,06980

a. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi_X2, Biaya_Produksi_X1

b. Dependent Variable: Laba_Y

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Dari hasil tabel 4.12 menunjukkan bahwa angka R sebesar 0,840 yaitu hubungan antara biaya produksi dan biaya promosi sangat kuat yaitu sebesar 84%.

4.3.3.2 Analisis Koefisien Determinasi

Didalam analisis koefisien determinasi memiliki tujuan yaitu mengetahui berapa besar variabel bebas menjelaskan variasi dari variabel terikat. Pengujian ini dilakukan agar mengetahui bagaimana keeratan antara variabel bebas Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dengan variabel terikat Laba (Y). Berikut merupakan hasil koefisien determinasi dengan menggunakan statistik :

Tabel 4. 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,840 ^a	,706	,703	1345220780140,06980

a. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi_X2, Biaya_Produksi_X1

b. Dependent Variable: Laba_Y

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Pada model summary di tabel 4.13 diatas, angka R square yaitu 0,706 , yaitu angka 70,6% variasi dalam variabel laba bersih dijelaskan variabel biaya produksi dan biaya promosi, sedangkan untuk sisanya tidak dimasukan didalam penelitian ini.

4.3.4 Hasil Uji Signifikansi t

Uji statistik t bahwa sejauh mana pengaruh suatu variabel bebas secara sendiri-sendiri dalam menerangkan variasi variabel terikat. Untuk hipotesis nya yaitu :

- a. Nilai signifikansi $\geq 0,05$, H_0 diterima atau H_a ditolak, maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara individual terhadap variabel terikat.
- b. Nilai signifikansi $\leq 0,05$, H_0 ditolak atau H_a diterima, maka variabel bebas memiliki pengaruh secara individual terhadap variabel bebas.

Berikut untuk hasil data yang telah diolah :

Tabel 4. 14
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	-60366451833,812	99570608616,827		-.606	,545
	Biaya_Produksi_X1	,097	,009	,424	10,451	,000
	Biaya_Promosi_X2	1,772	,135	,533	13,147	,000

a. Dependent Variable: Laba_Y

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Hasil tabel 4.14 dapat dinyatakan yaitu :

- a. Biaya Produksi (X1) mempunyai nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $10,451 > t_{tabel} 1,97190$.
- b. Biaya Promosi (X2) mempunyai nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $13,147 > t_{tabel} 1,97190$.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima atau secara parsial biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap Laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

4.3.5 Hasil Uji Signifikansi F

Uji signifikansi F dapat mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan model memiliki pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat.

Maka dari itu, hipotesis nya yaitu:

- a. Nilai signifikansi $\geq 0,05$, H_0 diterima atau H_a ditolak, maka semua variabel bebas tidak memiliki pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat.
- b. Nilai signifikansi $\leq 0,05$ H_0 ditolak atau H_a diterima, maka semua variabel bebas memiliki pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat.

Dibawah ini merupakan olahdata dari uji F :

Tabel 4. 15

**Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1093630719134672900000000000,000	2	546815359567336450000000000,000	302,172	,000 ^b
Residual	456023974724805800000000000,000	252	1809618947320658000000000,000		
Total	1549654693859478700000000000,000	254			

a. Dependent Variable: Laba_Y

b. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi_X2, Biaya_Produksi_X1

Sumber : Output SPSS 25 (2023)

Dari tabel 4.15, didapatkan nilai probabilitas (F-statistic) $0,000 < 0,05$, dan berdasarkan tabel 4.15 juga diperoleh F_{hitung} (dengan tingkat kepercayaan alpha sebesar 0,05) yaitu :

$$Df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$Df2 = n - k = 255 - 3 = 252$$

$$F_{hitung} = 302,172 \text{ dan } F_{tabel} = 3,04$$

Dari hasil diatas, terdapat hasil $F_{hitung} 302,172 > F_{tabel} 3,04$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan diambil keputusan untuk H_2 diterima atau biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini adalah bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021. Berdasarkan hasil analisis bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil pada nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $10,451 > t_{tabel} 1,97190$, maka hipotesis pertama diterima. Menurut Diana Maryana (2021) menjelaskan bahwa usaha mendapatkan laba tidak terlepas dari pengaruh biaya, karena biaya mempengaruhi laba, dan biaya yang termasuk mempengaruhi adalah biaya produksi.

Lalu berdasarkan hasil analisis bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dapat dilihat pada nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $13,147 > t_{tabel} 1,97190$, maka hipotesis pertama juga diterima. Hal ini juga didukung oleh Eva Sihotang (2021) mengemukakan mengenai biaya promosi yang terdapat pengaruh penting terhadap laba karena biaya yang dikeluarkan untuk suatu promosi memiliki peran sebagai penunjang kelancaran industri dalam meningkatkan volume

penjualan serta untuk mendapatkan laba maksimal. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan terlebih dahulu memberitahukan tentang barang dan atau jasa yang diperdagangkan melalui adanya pengenalan produk dengan cara melakukan periklanan, adanya promosi-promosi penjualan.

Maka hipotesis pertama yang telah dirumuskan sebelumnya menyatakan bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021 dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

4.4.2 Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

Hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini adalah bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021. Dilihat pada hasil nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta hasil $F_{hitung} 302,172 > F_{tabel} 3,04$, maka hipotesis kedua diterima. Hal ini juga didukung Asep Mulyana (2017) mengemukakan bahwa biaya merupakan unsur yang penting dalam menentukan sebuah laba. Peningkatan laba pada perusahaan pun tidak terlepas dari indikator yang mendukung, yaitu pengeluaran biaya produksi dan biaya promosi yang diharapkan dapat memberi sumbangan terhadap pertumbuhan laba dari perusahaan.

Maka untuk hipotesis yang kedua telah dirumuskan sebelumnya biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021 dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

4.4.3 Biaya Promosi berpengaruh dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021.

Hipotesis ketiga yang diajukan sebelumnya pada penelitian ini yaitu biaya produksi berpengaruh dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021. Berdasarkan tabel 4.14 bahwa variabel X1 Biaya Produksi memiliki nilai t_{hitung} 10,451. Akan tetapi, jika dibandingkan dengan biaya promosi nilai t_{hitung} nya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t_{hitung} dari biaya produksi, yaitu sebesar 13,147. Bisa juga dilihat pada nilai *unstandardized coefficients beta* nilai biaya promosi (X2) lebih unggul yaitu sebesar 1,772 dibandingkan biaya produksi (X1) hanya sebesar 0,097.

Hal ini pun didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Felicia & Gultom, 2018), bahwa peranan biaya promosi sangat penting bagi perusahaan, dengan biaya cukup besar yang dikeluarkan oleh perusahaan diharapkan penjualan bisa meningkat. Dengan demikian akan tercapai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan, sehingga perusahaan bisa memperoleh laba maksimum. Agar tujuan perusahaan yaitu meningkatkan laba, untuk itu maka pihak manajemen harus memperoleh,

memperhitungkan serta menekan biaya promosi yang akan dikeluarkan perusahaan dengan merencanakan anggaran dengan tepat dan seefisien mungkin, tetapi tetap bisa menjaga pangsa pasar dalam jangka waktu yang panjang, usaha hanya bisa dilakukan apabila perusahaan dapat meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan usaha menguasai pasar.

Dengan demikian, hipotesis ketiga yang telah ditentukan sebelumnya yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode ke 2017-2021 di penelitian ini tidak terbukti kebenarannya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari adanya penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh antara dua variabel bebas yaitu biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) terhadap variabel terikat yaitu laba (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Untuk hasil penelitian serta analisisnya dapat ditarik kesimpulannya yaitu :

1. Biaya Produksi dan Biaya Promosi secara parsial berpengaruh terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021. Berdasarkan hasil uji statistik t didapatkan bahwa biaya produksi memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 10,451 > t_{tabel} 1,97190$. Lalu biaya promosi memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 13,147 > t_{tabel} 1,97190$. Dengan demikian, H_1 telah diterima atau hipotesis pertama yang dirumuskan sebelumnya menyatakan bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021 dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.
2. Biaya Produksi dan Biaya Promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021. Berdasarkan uji signifikansi F memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hasil $F_{hitung} 302,172 > F_{tabel}$

3,04. Dengan demikian, H_2 diterima yaitu biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021 dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

3. Variabel yang paling dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021 adalah Biaya Promosi. Berdasarkan tabel 4.14 Biaya Produksi memiliki nilai t_{hitung} 10,451 sedangkan Biaya Promosi memiliki nilai t_{hitung} 13,147, maka nilai t_{hitung} yang lebih besar adalah Biaya Promosi (X2), dan nilai *unstandardized coefficients beta* biaya promosi (X2) lebih unggul yaitu 1,772 jika dibandingkan biaya produksi (X1) yang hanya memiliki nilai 0,097. Maka disimpulkan H_3 ditolak karena biaya produksi berpengaruh dominan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode ke 2017-2021 di penelitian ini tidak terbukti kebenarannya.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) memberikan pengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2017-2021 secara parsial serta simultan, dan variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap laba adalah biaya promosi (X2).

5.2 Saran

Penulis memberikan saran untuk menambah manfaat dalam penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Bagi perusahaan diharapkan dapat lebih bisa mengendalikan biaya produksi dan biaya promosi. Jika ingin meningkatkan laba perusahaan, maka perusahaan harus bisa menekan biaya produksi agar bisa efisien serta menghindari pemborosan pada biaya-biaya yang terkait dengan biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk, serta promosinya lebih ditingkatkan lagi untuk meningkatkan penjualan. Jika penjualannya meningkat maka laba perusahaan ikut meningkat juga setiap tahunnya serta perusahaannya tetap jaya.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menambah variabel yang tidak diteliti oleh peneliti karena banyak variabel lain yang mempengaruhi laba, serta menambah periode tahun yang terbaru agar dapat mengetahui lebih dalam dan terlihat perbandingannya serta mengetahui secara akurat dan objek penelitian yang beda agar dapat memperoleh hasil yang berbeda.
3. Bagi Instansi dapat dijadikan masukan terutama perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam mengevaluasi dan menetapkan strateginya bagaimana cara mengendalikan biaya produksi dan biaya promosi untuk lebih bisa mengendalikan laba secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Ilmiah*, 5(2), 14–23.
- Astuti, Rini dkk 2021, Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Vol. 2 No.2 hal. 204-219.
- Batari 2022, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Logam yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- BPS Catat Industri Manufaktur Tumbuh 3,39% Sepanjang 2021*. Retrieved Maret 4, 2023, Diambil kembali dari nasional.kontan.co.id: <https://nasional.kontan.co.id/news/bps-catat-industri-manufaktur-tumbuh-339-sepanjang-2021>
- Casmadi, Y. dan Butar, Fransiska S.R.B., 2018, Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Sub Sektor Kabel Periode 2013-2017), *Jurnal Akuntansi*, Politeknik Pos Indonesia, Vol. 10 No.2.
- Fathony, Aditya Achmad dan Wulandari, Y 2020, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada PT. Perkebunan Nusantara VIII, *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Universitas Bale Bandung, 11(1), 43–54.
- Felicia dan Gultom, R 2018, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen*, METHONOMIX, 1–12.
- Ghozali, Imam 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harnanto 2017, *Akuntansi Biaya Sistem Biaya Historis*, CV. ANDI Andi Offset, Yogyakarta.
- Hermono, A.D., dkk 2012, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Permen Tolak Angin Pada PT. Muncul Mekar Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Semarang Vol. 4, No. 1.
- Hery 2017, *Akuntansi Aset, Liabilitas, dan Ekuitas*, PT Grasindo, Jakarta.
- Januarsah, Irpan dkk 2019, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk Yang Terdaftar di BEI, *Jurnal Akuntansi*, 5(1).

- Jannah, Mukhlisotul 2018, Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor, *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, Universitas Islam Negeri Banten
- Jumingan 2017, *Analisis Laporan Keuangan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Kasmir 2017, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Kesatu, Cetakan Kedelapan, PT Raja Grafindo Persada.
- Kusumah, Dinda Rahmawati 2020, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, dan Gaji Karyawan Terhadap Volume Penjualan (Studi kasus pada PT. Mayora Indah Tbk Periode 2009-2018). *Sarjana thesis*, Universitas Siliwangi.
- Laju Pertumbuhan PDB Industri Manufaktur*. Retrieved Maret 4, 2023. Diambil kembali dari [www.bps.go.id:https://www.bps.go.id/indicator/9/1216/1/laju-pertumbuhan-pdb-industri-manufaktur.html](http://www.bps.go.id/https://www.bps.go.id/indicator/9/1216/1/laju-pertumbuhan-pdb-industri-manufaktur.html)
- Laporan Keuangan dan Tahunan*. Retrieved Maret 10, 2023. Diambil kembali dari [www.idx.co.id: https://idx.co.id/id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/](http://www.idx.co.id/https://idx.co.id/id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/)
- Maryana, Diana dan Febriliani, A.S. 2021, Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia TBK. Periode 2013-2020, *Jurnal Akuntansi*, 14(54), 42–56.
- Mulyadi 2018, *Akuntansi Biaya Edisi 5*, UPP STIM Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Yogyakarta.
- Mulyadi 2018, *Sistem Akuntansi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Yogyakarta.
- Mulyana, Asep 2017, Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015, *Jurnal Manajemen Indonesia*, Universitas Nurtanio Bandung.
- Notoadmojo, Soekidjo 2018, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- N.Lanen, William et al 2017, *Dasar-Dasar Akuntansi Biaya*, Salemba Empat, Jakarta.
- Pahlan, M 2022, Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Agya di Toyota Auto 2000 Lahat, *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2), 49–53.
- Putri, Dessy Rizky 2020, Pengaruh Risiko Bisnis, Investment Opportunity Set, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Properti Dan Real Estate Dengan Variabel Intervening Struktur Modal, *Skripsi thesis*, Universitas Airlangga.

- Radella, L., dkk 2021, Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih, *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 2.
- Rangkuti, Freddy 2013, *Strategi Promosi Yang Efektif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rustami, P., dkk 2014, Pengaruh Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis, *e-Journal Bisma*, Universitas Pendidikan Ganesha, 1-9.
- Setiawan, Putu Rama Dedy 2023, Pengaruh Cash Holding, Finansial Leverage, dan Return on Sales Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. *Undergraduate thesis*, Universitas Pendidikan Ganesha.
- Sihotang, E 2021, Pengaruh Biaya Promosi, Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*.
- Spence, A 1973, *Job Market Signalling: The Quarterly Journal of Economics*, 87,355-374.
- Stice, Earl K, James D Stice dan Fred Skousen 2009, *Akuntansi Keuangan Menengah* Edisi 16, Buku 2, Edisi Bahasa Indonesia, Terjemah Oleh Ali Akbar, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Suganda, T. R 2018, *Event Study Teori dan Pembahasan Reaksi Pasar Modal Indonesia*, CV. Seribu Bintang, Malang.
- Sugiyono 2017, *Metode Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Suharson, Arif 2021, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Seni dan Industri Kreatif. Program Keahlian Desain dan Produk Kreatif Kriya. Kompetensi Keahlian Kriya Kreatif Keramik*, ANDI, Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna 2017, *Analisis Laporan Keuangan: Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna 2021, *Akuntansi Biaya*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sulistiono, A., dst 2022, Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian: Survei Pada Konsumen Mie Baso Elvira Veteran Kota Tasikmalaya, *Jurnal Ilmu Sos. Manajemen, dan Akunt.*, vol. 1, no. 3, hlm. 363–368.
- Supriyono 2018, *Akuntansi biaya Buku I: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, BPFE, Yogyakarta.

- Suwardjono 2018, *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan (Edisi Ketiga)*, BPFE, Yogyakarta.
- Syachfuddin, L.A., dan Rosyidi, S 2017, Pengaruh Faktor Makro Ekonomi, Dana Pihak Ketiga dan Pangsa Pembiayaan Terhadap Profitabilitas Industri Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2011-2015, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Universitas Airlangga.
- Syafi'i, Teguh Imam 2018, Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016), Universitas Komputer Indonesia.
- Syamsul, Rivai 2019, *Di Balik Layar Perahu Pinisi (Tinjauan Bisnis dan Kearifan Lokal)*, Uwais Inspirasi Indonesia, Ponorogo.
- Utama, Agung Dzulfikar Rahman 2020, Analisis Biaya Kualitas, Biaya Promosi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan (Survei Pada Perusahaan Sub Sektor Rokok, Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2019), *Other thesis*, Universitas Komputer Indonesia.
- Widhiastuti, Susanti dan Nugraha, R.R.S., 2018, Pengaruh Modal Intelektual, Biaya Promosi Dan Perputaran Persediaan Dam Mempengaruhi Profit Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta Vol. 15 No. 02, 183-192.
- Yunarwanto dan Hastiadi, F.F 2020, Meninjau Peran Sektor Manufaktur dan Komunikasi Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, Universitas Indonesia, 4(2), 183–205.

Lampiran 1: Data Biaya Produksi Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

No.	KODE	Biaya Produksi (X1)				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	INTP	8.941.455.000.000	9.926.804.000.000	9.465.218.000.000	8.216.799.000.000	8.909.945.000.000
2	SMBR	1.017.454.498.000	1.329.022.453.000	1.049.192.209.000	959.779.242.000	991.040.923.000
3	SMGR	20.133.017.433.000	20.974.610.709.000	27.791.258.000.000	23.821.881.000.000	23.977.229.000.000
4	WTON	1.411.398.870.305	1.560.962.578.311	1.939.161.900.440	1.226.633.878.692	928.060.538.997
5	ARNA	1.302.849.501.844	1.468.850.155.003	1.571.225.030.133	1.544.513.184.112	1.652.012.108.245
6	MARK	153.176.156.129	173.845.089.344	209.641.637.367	334.790.275.146	600.717.495.931
7	MLIA	4.449.629.858.000	2.922.860.613.000	2.903.833.388.000	2.736.449.391.000	2.870.168.665.000
8	INAI	792.648.200.176	935.533.733.633	1.019.611.940.560	936.019.359.110	1.341.526.470.903
9	DPNS	64.479.872.968	89.534.668.632	76.267.495.608	54.600.610.974	74.105.145.422
10	INCI	216.721.891.985	309.129.084.713	309.543.061.823	298.044.984.651	460.047.257.870
11	IGAR	639.027.773.184	676.589.477.181	647.894.036.667	608.218.547.920	799.573.153.885
12	PBID	1.569.384.425.000	2.000.787.040.000	1.936.552.751.000	1.696.363.821.000	2.299.671.874.000
13	TALF	590.264.076.601	646.119.965.091	827.628.179.327	909.383.304.983	952.773.424.426
14	TRST	2.157.036.258.364	2.504.864.505.138	2.329.097.784.295	2.589.362.714.786	3.211.718.947.489
15	CPIN	28.122.830.000.000	28.812.891.000.000	31.034.402.000.000	33.882.911.000.000	43.138.206.000.000
16	JPFA	24.378.860.000.000	26.915.699.000.000	29.825.682.000.000	29.064.434.000.000	36.723.192.000.000
17	ALDO	349.100.440.289	420.947.266.123	625.870.617.549	639.024.455.219	996.782.057.223
18	KDSI	1.924.957.613.280	2.002.756.018.633	1.869.444.580.199	1.604.839.520.284	1.930.646.004.523
19	INDS	1.523.879.009.249	2.050.243.678.545	1.816.580.150.661	1.354.452.100.870	2.161.838.432.902
20	LPIN	74.977.347.666	76.358.727.324	65.784.552.649	72.915.425.354	94.599.659.618
21	SMSM	2.271.861.000.000	2.677.612.000.000	2.585.311.000.000	2.030.690.000.000	2.693.980.000.000
22	SCCO	3.830.446.072.837	4.463.484.575.422	4.041.413.305.343	2.639.325.179.499	4.338.054.000.788
23	ADES	353.705.000.000	409.695.000.000	404.956.000.000	317.517.000.000	429.249.000.000
24	BUDI	2.074.815.000.000	2.588.350.000.000	2.447.549.000.000	2.338.379.000.000	2.723.059.000.000
25	CAMP	368.986.872.920	389.960.986.122	426.145.995.957	426.001.425.035	438.114.011.751
26	CLEO	391.122.194.030	587.473.793.070	693.860.452.683	551.612.727.773	657.369.890.851
27	DLTA	198.409.644.000	244.464.343.000	226.975.144.000	176.909.771.000	201.365.580.000
28	HOKI	1.041.093.542.685	1.229.298.769.210	1.414.174.195.961	1.029.676.355.519	818.043.453.219
29	ICBP	23.056.518.000.000	26.163.802.000.000	27.841.065.000.000	29.566.169.000.000	36.693.159.000.000
30	INDF	45.586.774.000.000	50.930.147.000.000	52.470.847.000.000	53.654.584.000.000	65.676.408.000.000
31	MLBI	1.123.814.000.000	1.203.934.000.000	1.415.644.000.000	1.057.632.000.000	1.106.203.000.000
32	MYOR	15.432.073.964.459	18.485.524.466.220	16.956.873.534.395	16.797.542.756.905	21.020.089.227.598
33	ROTI	1.183.552.485.333	1.276.015.371.343	1.488.017.779.006	1.413.430.477.755	1.502.060.394.073
34	SKLT	354.513.468.653	417.295.376.844	502.870.777.692	506.757.748.883	552.350.042.934
35	STTP	2.220.542.008.087	2.226.698.509.023	2.574.385.862.954	2.781.188.703.701	3.285.052.649.787
36	TBLA	6.709.085.000.000	6.312.129.000.000	6.438.390.000.000	8.239.389.000.000	12.832.503.000.000
37	ULTJ	3.086.431.000.000	3.456.813.000.000	3.972.002.000.000	3.709.688.000.000	4.260.448.000.000

38	GGRM	16.901.469.000.000	18.021.517.000.000	19.649.026.000.000	18.969.476.000.000	19.701.152.000.000
39	HMSP	16.102.380.000.000	17.085.772.000.000	16.485.360.000.000	15.151.984.000.000	14.809.682.000.000
40	WIIM	1.001.853.061.408	991.989.194.758	949.610.248.569	1.421.530.873.721	2.139.536.764.293
41	DVLA	677.031.110.000	803.934.314.000	848.390.435.000	849.857.844.000	893.463.337.000
42	KAEF	11.307.619.124	9.318.369.998	1.697.635.068.000	1.467.353.397.000	3.724.527.724.000
43	KLBF	5.723.547.509.805	6.099.435.860.146	6.526.333.612.125	6.612.473.781.690	7.346.831.611.460
44	MERK	373.370.820.000	396.964.610.000	240.917.161.000	229.798.757.000	432.562.426.000
45	PYFA	75.847.421.273	95.731.367.801	97.248.319.979	88.124.109.172	255.122.736.960
46	SIDO	1.411.881.000.000	1.363.877.000.000	1.387.619.000.000	1.472.755.000.000	1.775.005.000.000
47	TSPC	2.074.996.589.223	2.555.513.124.121	2.902.871.769.755	3.052.873.102.283	3.514.184.253.126
48	KINO	1.336.438.463.322	1.746.823.413.773	2.377.578.995.691	406.691.329.595	426.951.008.627
49	UNVR	18.247.949.000.000	19.048.934.000.000	19.964.545.000.000	18.351.739.000.000	17.930.635.000.000
50	WOOD	1.172.936.442.014	1.481.841.630.856	1.519.543.019.867	2.051.485.895.045	3.663.195.236.630
51	HRTA	2.401.248.649.667	2.513.669.233.899	3.053.558.457.879	3.920.333.692.169	4.859.969.338.640

Lampiran 2 :Data Biaya Promosi Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

No.	KODE	Biaya Promosi (X2)				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	INTP	108.347.000.000	102.362.000.000	100.629.000.000	55.257.000.000	39.894.000.000
2	SMBR	12.112.857.000	2.416.913.000	7.517.099.000	3.467.489.000	3.201.040.000
3	SMGR	253.105.574.000	153.685.912.000	191.043.000.000	222.438.000.000	313.511.000.000
4	WTON	3.549.851.346	2.021.579.905	1.724.010.721	783.140.379	1.017.626.409
5	ARNA	3.249.544.162	4.222.379.509	4.076.686.558	3.255.485.410	2.635.345.816
6	MARK	228.618.955	193.317.316	369.555.039	1.210.944.571	1.232.810.115
7	MLIA	106.668.396.000	95.245.351.000	109.948.719.000	1.503.018.000	2.370.492.000
8	INAI	956.821.645	587.737.494	1.281.437.818	27.598.932	289.950.387
9	DPNS	18.315.000	27.065.500	18.315.000	18.315.000	20.146.500
10	INCI	170.874.761	372.081.858	836.961.201	169.825.501	124.455.613
11	IGAR	520.925.594	785.818.509	976.362.722	262.723.369	199.902.845
12	PBID	6.240.308.000	8.713.170.000	14.968.361.000	8.965.390.000	8.724.051.000
13	TALF	3.148.070.778	4.043.651.013	3.786.520.620	4.743.659.723	4.179.861.613
14	TRST	4.367.067.286	1.340.898.599	6.179.070.380	10.738.615.946	10.599.142.516
15	CPIN	281.560.000.000	194.753.000.000	108.202.000.000	53.619.000.000	78.374.000.000
16	JPFA	20.219.000.000	14.204.000.000	16.708.000.000	206.009.000.000	274.796.000.000
17	ALDO	1.436.708.875	1.587.586.312	1.423.004.425	1.084.881.253	9.534.164.466
18	KDSI	3.068.678.861	2.434.634.162	2.485.295.725	1.823.659.639	1.054.606.105
19	INDS	6.035.055.293	11.272.818.193	5.612.268.345	6.377.151.368	9.749.512.647
20	LPIN	66.414.700	81.345.750	134.624.800	170.418.600	149.450.400
21	SMSM	8.754.000.000	10.546.000.000	11.552.000.000	9.974.000.000	9.097.000.000
22	SCCO	34.326.593.566	50.705.429.758	54.037.621.455	47.194.153.506	82.405.822.178
23	ADES	140.779.000.000	104.286.000.000	98.373.000.000	14.960.000.000	15.501.000.000
24	BUDI	12.966.000.000	3.703.000.000	1.846.000.000	1.856.000.000	1.146.000.000
25	CAMP	54.292.676.945	52.160.615.528	52.204.547.175	57.573.007.636	56.495.325.243
26	CLEO	29.540.630.205	33.897.269.719	38.717.504.054	39.041.706.560	42.049.889.433
27	DLTA	44.967.812.000	48.483.536.000	45.858.038.000	57.387.566.000	50.860.723.000
28	HOKI	29.776.875.804	3.324.818.314	1.445.137.447	1.444.591.991	2.244.776.941
29	ICBP	1.311.735.000.000	1.359.350.000.000	1.543.623.000.000	1.884.400.000.000	1.901.839.000.000
30	INDF	1.448.701.000.000	1.552.179.000.000	1.697.366.000.000	1.998.784.000.000	2.009.925.000.000
31	MLBI	266.382.000.000	261.724.000.000	237.384.000.000	123.570.000.000	177.378.000.000
32	MYOR	1.419.754.875.248	2.431.032.910.641	3.393.230.779.946	3.201.566.408.131	3.631.317.756.362
33	ROTI	151.645.244.812	207.100.215.679	273.420.126.096	246.770.604.673	227.952.579.388
34	SKLT	31.941.456.635	35.513.667.119	39.630.817.158	43.135.479.397	47.896.754.378

35	STTP	90.154.061.352	73.154.160.468	108.846.516.541	59.828.160.657	140.459.912.453
36	TBLA	2.707.000.000	5.120.000.000	2.727.000.000	2.690.000.000	1.407.000.000
37	ULTJ	329.957.000.000	452.819.000.000	455.752.000.000	335.229.000.000	305.908.000.000
38	GGRM	2.316.533.000.000	2.460.651.000.000	2.649.820.000.000	1.961.092.000.000	2.132.922.000.000
39	HMSP	2.674.708.000.000	2.495.852.000.000	2.564.203.000.000	2.353.792.000.000	2.292.120.000.000
40	WIIM	68.684.696.817	83.027.736.231	73.815.844.737	58.475.398.000	79.542.470.630
41	DVLA	256.154.962.000	256.728.673.000	233.741.159.000	235.423.017.000	261.980.543.000
42	KAEF	296.053.211.392	316.048.238.429	616.199.180.000	413.150.494.000	343.126.660.000
43	KLBF	1.797.834.376.203	1.631.719.344.675	1.736.480.957.943	1.635.125.177.157	1.999.088.786.146
44	MERK	111.262.695.000	103.985.439.000	20.966.823.000	16.951.002.000	16.239.049.000
45	PYFA	42.911.654.430	57.138.873.606	44.437.403.407	52.336.552.421	84.394.438.174
46	SIDO	249.407.000.000	284.626.000.000	357.109.000.000	359.460.000.000	395.325.000.000
47	TSPC	1.564.678.969.410	1.624.739.073.340	1.789.991.718.657	1.367.506.629.650	1.410.485.439.393
48	KINO	617.739.047.245	751.120.415.167	902.940.923.418	673.273.063.935	751.823.807.241
49	UNVR	1.498.024.000.000	1.658.263.000.000	1.774.986.000.000	2.022.167.000.000	1.736.726.000.000
50	WOOD	5.685.648.791	843.654.585	2.388.058.052	1.811.462.718	3.747.611.727
51	HRTA	1.631.603.360	4.564.420.363	5.720.117.060	3.481.065.359	6.170.860.434

Lampiran 3: Data Laba Bersih Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

No.	KODE	Laba Bersih (Y)				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	INTP	1.859.818.000.000	1.145.937.000.000	1.835.305.000.000	1.806.337.000.000	1.788.496.000.000
2	SMBR	146.648.432.000	76.074.721.000	30.073.855.000	10.981.673.000	51.817.305.000
3	SMGR	2.043.025.914.000	3.085.704.236.000	2.371.233.000.000	2.674.343.000.000	2.082.347.000.000
4	WTON	340.458.859.391	486.640.174.453	510.711.733.403	123.147.079.420	81.433.957.569
5	ARNA	122.183.909.643	158.207.798.602	217.675.239.509	326.241.511.507	475.983.374.390
6	MARK	47.057.392.499	81.905.439.662	88.002.544.533	144.194.690.952	392.149.133.254
7	MLIA	47.534.072.000	189.082.238.000	126.773.341.000	55.089.347.000	647.249.607.000
8	INAI	38.651.704.520	40.463.141.352	33.558.115.185	3.991.581.552	4.319.665.242
9	DPNS	5.963.420.071	9.380.137.352	3.937.685.121	2.400.715.154	22.723.655.893
10	INCI	16.554.272.131	16.675.673.703	13.811.736.623	30.071.380.873	11.036.924.395
11	IGAR	72.376.683.136	44.672.438.405	60.836.752.751	60.770.710.445	104.034.299.846
12	PBID	230.873.968.000	297.628.915.000	223.626.619.000	373.653.845.000	412.552.472.000
13	TALF	21.465.836.784	43.976.734.000	27.456.246.966	18.488.700.221	22.437.585.810
14	TRST	38.199.681.742	63.193.899.099	38.911.968.283	73.277.742.422	200.975.805.947
15	CPIN	2.496.787.000.000	4.551.485.000.000	3.632.174.000.000	3.845.833.000.000	3.619.010.000.000
16	JPFA	1.107.810.000.000	2.253.201.000.000	1.883.857.000.000	1.221.904.000.000	2.130.896.000.000
17	ALDO	29.035.395.397	42.506.275.523	78.421.735.355	65.331.041.553	100.771.009.640
18	KDSI	68.965.208.549	76.761.902.211	64.090.903.507	60.178.290.460	72.634.468.539
19	INDS	113.639.539.901	110.686.883.366	101.465.560.351	58.751.009.229	158.199.728.315
20	LPIN	191.977.703.453	32.755.830.588	29.918.519.921	6.732.478.855	23.408.672.795
21	SMSM	555.388.000.000	633.550.000.000	638.676.000.000	539.166.000.000	728.263.000.000
22	SCCO	269.730.298.809	253.995.332.656	303.593.922.331	238.152.486.485	141.762.816.916
23	ADES	38.242.000.000	52.958.000.000	83.885.000.000	135.789.000.000	265.758.000.000
24	BUDI	45.691.000.000	50.467.000.000	64.021.000.000	67.093.000.000	91.723.000.000
25	CAMP	43.421.734.614	61.947.295.689	76.758.829.457	44.045.828.312	100.066.615.090
26	CLEO	50.173.730.829	63.261.752.474	130.756.461.708	132.772.234.495	180.711.667.020
27	DLTA	279.772.635.000	338.129.985.000	317.815.177.000	123.465.762.000	187.992.998.000
28	HOKI	47.964.112.940	90.195.136.265	103.723.133.972	38.038.419.405	12.533.087.704
29	ICBP	3.543.173.000.000	4.658.781.000.000	5.360.029.000.000	7.418.574.000.000	7.900.282.000.000
30	INDF	5.145.063.000.000	4.961.851.000.000	5.902.729.000.000	8.752.066.000.000	11.203.585.000.000
31	MLBI	1.322.067.000.000	1.224.807.000.000	1.206.059.000.000	285.617.000.000	665.850.000.000
32	MYOR	1.630.953.830.893	1.760.434.280.304	2.039.404.206.764	2.098.168.514.645	1.211.052.647.953
33	ROTI	135.364.021.139	127.171.436.363	236.518.557.420	168.610.282.478	281.340.682.456
34	SKLT	22.970.715.348	31.954.131.252	44.943.627.900	42.520.246.722	84.524.160.228
35	STTP	216.024.079.834	255.088.886.019	482.590.522.840	628.628.879.549	617.573.766.863
36	TBLA	954.357.000.000	764.380.000.000	661.034.000.000	680.730.000.000	791.916.000.000

37	ULTJ	711.681.000.000	701.607.000.000	1.035.865.000.000	1.109.666.000.000	1.276.793.000.000
38	GGRM	7.755.347.000.000	7.793.068.000.000	10.880.704.000.000	7.647.729.000.000	5.605.321.000.000
39	HMSP	12.670.534.000.000	13.538.418.000.000	13.721.513.000.000	8.581.378.000.000	7.137.097.000.000
40	WIIM	40.589.790.851	51.142.850.919	27.328.091.481	172.506.562.986	176.877.010.231
41	DVLA	162.249.293.000	200.651.968.000	221.783.249.000	162.072.984.000	146.725.628.000
42	KAEF	331.707.917.461	401.792.808.948	15.890.439.000	20.425.756.000	289.888.789.000
43	KLBF	2.453.251.410.604	2.497.261.964.757	2.537.601.823.645	2.799.622.515.814	3.232.007.683.281
44	MERK	144.677.294.000	37.377.736.000	78.256.797.000	71.902.263.000	131.660.834.000
45	PYFA	7.127.402.168	8.447.447.988	9.342.718.039	22.104.364.267	5.478.952.440
46	SIDO	533.799.000.000	663.849.000.000	807.689.000.000	934.016.000.000	1.260.898.000.000
47	TSPC	557.339.581.996	540.378.145.887	595.154.912.874	834.369.751.682	877.817.637.643
48	KINO	109.696.001.798	150.116.045.042	515.603.339.649	113.665.219.638	100.649.538.230
49	UNVR	7.004.562.000.000	9.109.445.000.000	7.392.837.000.000	7.163.536.000.000	5.758.148.000.000
50	WOOD	171.431.807.795	242.010.106.249	218.064.313.042	314.373.402.229	535.295.612.635
51	HRTA	110.301.225.571	123.393.863.438	149.990.636.633	170.679.197.734	194.432.397.219

Lampiran 4 : Hasil Output SPSS 25 (2023)

A. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya_Produksi_X1	255	9318369998,00	65676408000000,00	6224504906977,6810	10809131580516,70100
Biaya_Promosi_X2	255	18315000,00	3631317756362,00	388183776908,8159	742703525740,12620
Laba_Y	255	2400715154,00	13721513000000,00	1229804939079,7020	2470020795809,26400
Valid N (listwise)	255				

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LOG_Y1
N		255
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,0550
	Std. Deviation	,03159
Most Extreme Differences	Absolute	,048
	Positive	,045
	Negative	-,048
Test Statistic		,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-60366451833,812	99570608616,827		-,606	,545		
Biaya_Produksi_X1	,097	,009	,424	10,451	,000	,711	1,406
Biaya_Promosi_X2	1,772	,135	,533	13,147	,000	,711	1,406

a. Dependent Variable: Laba_Y

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,419	,024		17,765	,000
Biaya_Produksi_X1	1,408E-15	,000	,048	,643	,521
Biaya_Promosi_X2	-5,489E-16	,000	-,001	-,017	,986

a. Dependent Variable: ABS_RES

4. Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	7643197990398,24000 ^b
Cases < Test Value	254
Cases >= Test Value	1
Total Cases	255
Number of Runs	3
Z	,089
Asymp. Sig. (2-tailed)	,929

a. Mode

b. There are multiple modes. The mode with the largest data value is used.

C. Regresi Linier Berganda

1. Analisis Korelasi Ganda (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,840 ^a	,706	,703	1345220780140,06980

a. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi_X2, Biaya_Produksi_X1

b. Dependent Variable: Laba_Y

2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,840 ^a	,706	,703	1345220780140,06980

a. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi_X2, Biaya_Produksi_X1

b. Dependent Variable: Laba_Y

D. Uji Hipotesis

1. Uji Statistik t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-60366451833,812	99570608616,827		-,606	,545
	Biaya_Produksi_X1	,097	,009	,424	10,451	,000
	Biaya_Promosi_X2	1,772	,135	,533	13,147	,000

a. Dependent Variable: Laba_Y

2. Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1093630719134672900000000000,000	2	546815359567336450000000000,000	302,172	,000 ^b
	Residual	456023974724805800000000000,000	252	1809618947320658000000000,000		
	Total	1549654693859478700000000000,000	254			

a. Dependent Variable: Laba_Y

b. Predictors: (Constant), Biaya_Promosi_X2, Biaya_Produksi_X1

SURAT PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa :

Nama : Windara Dhiajeng Rosully

N.I.M : 1912311032

Program Studi : Akuntansi

Spesialisasi : Keuangan dan Auditing

Ditetapkan pembimbing sebagai berikut :

Pembimbing Utama : Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.

Pembimbing Pendamping : Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.

Untuk masa 12 (dua belas) bulan terhitung mulai bulan Tahun
s/d bulan Tahun

Menyetujui

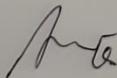
Pembimbing I



Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.

NIDN. 0713097401

Pembimbing II



Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.

NIDN. 0711115801

Surabaya, 28 Februari 2023

Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

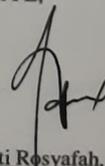


Arief Rahman, SE., M.Si.

NIDN. 0722107604

Mengetahui,

Dekan FE,

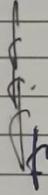


Dr. Siti Rosyafah, Dra. Ec., MM.

NIDN.0703106403

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

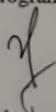
Nama : Windara Dhiajeng Rosully
 N.I.M : 1912311032
 Program Studi : Akuntansi
 Spesialisasi : Keuangan dan Auditing
 Mulai Memprogram : Bulan Februari Tahun 2023
 Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.
 Pembimbing Utama : Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.
 Pembimbing Pendamping : Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.

NO.	TANGGAL BIMBINGAN	MATERI	PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
1	25-03-23	Bab I-III Revisi		
2	28-03-23	Bab I-III Acc		
3	26-05-23	Bab IV-V Revisi		
4	04-06-23	Bab VI-V Acc		

Surabaya, 11 April 2023

Mengetahui

Ketua Program Studi


Arief Rahman, SE., M.Si.

NIDN. 0722107604

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Windara Dhiajeng Rosully
 N.I.M : 1912311032
 Program Studi : Akuntansi
 Spesialisasi : Keuangan dan Auditing
 Mulai Memprogram : Bulan Februari Tahun 2023
 Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.
 Pembimbing Utama : Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.
 Pembimbing Pendamping : Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.

NO.	TANGGAL BIMBINGAN	MATERI	PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
1.	13-03-23	Bab 5 - Uji Revisi		
	4/4 2023	Bab 1 - III Revisi		
	4/4 2023	Bab 1 - IV Acc		
	8/6 2023	Bab IV+V Revisi Sesuai cmtt/kpatom		
	10/6 2023	Bab IV-V Acc		

Surabaya, 11 April 2023

Mengetahui

Ketua Program Studi



Arief Rahman, SE., M.Si.

NIDN. 0722107604

YAYASAN BRATA BHAKTI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

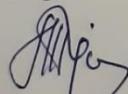
BERITA ACARA

Nama : Windara Dhiajeng Rosully
 NIM/Program Studi : 1912311032/Akuntansi
 Acara : Ujian Skripsi
 Hari / Tanggal : Selasa, 27 Juni 2023
 Jam :
 Pembimbing : 1. Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.

Revisi dari : 1. Dra. Endang Siswati, MM, DBA.....Paraf.....
 2. Dr. Mohammad Balafif, Dr., Ec., MF. Paraf.....
 3. Dra. Kusni Hidayat, M.Si., Ak., CA. Paraf.....

Mengetahui,

Pembimbing I



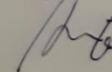
Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.
 NIDN. 0713097401

Ketua Program Studi



Arief Rahman, SE., M.Si.
 NIDN. 0722107604

Pembimbing II



Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.
 NIDN. 0711115801

