

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI  
DAN PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH  
PADA PERUSAHAAN ROKOK YANG TERDAFTAR  
DI BEI PERIODE 2015-2023**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
program Akuntansi Syariah



Oleh :  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
Ismatud Diyana  
NIM . E20193061  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
APRIL 2024**

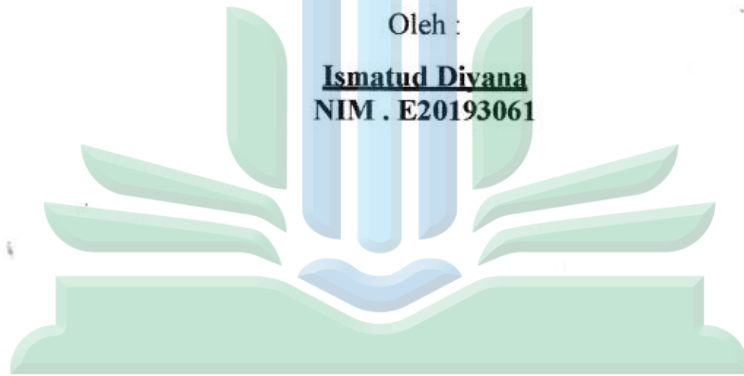
**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN  
PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA  
PERUSAHAAN ROKOK YANG TERDAFTAR DI BEI  
PERIODE 2015-2023**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Syariah  
Program Akuntansi Syariah

Oleh :

**Ismatud Diyana**  
**NIM . E20193061**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Dosen Pembimbing:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nurul Setianingrum', is placed over the text 'J E M B E R'.

**Dr. Hj Nurul Setianingrum S.E., M.M.**  
**NIP. 196905231998032001**

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN  
PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA  
PERUSAHAAN ROKOK YANG TERDAFTAR DI BEI  
PERIODE 2015-2023**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari: Senin

Tanggal: 29 April 2024

**Tim Penguji**

**Ketua Sidang**



**Ana Pratiwi, M.S.A**  
NIP. 198809232019032003

**Sekretaris**



**Muhammad Saiful Anam, M. ag**  
NIP. 197111142003121002

Anggota:

1. **Dr. MF. Hidayatullah, S,H,I., M.S.I** (  )

2. **Dr. Hj Nurul Setianingrum S.E., M.M.** (  )

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

  
**Dr. H. Ubaidillah, M. Ag**  
Nip. 196812261996031001

## MOTTO

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ۗ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا  
نُؤْتِهِ ۗ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ ﴿٢٠﴾

Artinya: Barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhiran akan kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki keuntungan di dunia kami berikan kepadanya Sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bagian di akhirat.<sup>1</sup>

(QS As-Syura 42:20)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Ahmad Ali, dkk. *As-Syura The Inspire Al-Qur'an Karim* (Jakarta: CV. Al-Qolam Publishing, 2014), 682

## PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta do'a dari orang-orang tercinta. Berawal dari sebuah proses panjang kemudian melangkah dengan penuh perjuangan, keikhlasan dan keyakinan kemudian diakhiri dengan ucapan syukur yang begitu besar, akhirnya skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Mahfud dan Ibu Faridatul Hasanah, yang selalu mendoakan, selalu mendukung, dan yang selalu memberikan perhatian dan kasih sayang yang sangat tulus dan sangat luar biasa. Skripsi ini merupakan wujud terimakasih, hormat, sayang dan cinta kepada orang tua saya. Semoga Allah selalu melimpahkan kebahagiaan, Kesehatan rezeki dan selalu dalam lindungan-Nya.
2. Adik tersayang Zahdan Romadhoni dan patner saya Moch. Rofiul Aqla yang selalu membuat penulis termotivasi untuk cepat lulus
3. Segenap keluarga besar yang telah mendukung, mendoakan, serta penunjang selama perkuliahan.
4. Semua teman-teman kost humairoh: Dewi Qori'atuzzuhro, Safitri Gustina Sari, Ikrimatul Hasanah, Rizqi Jamil Fadhila, Nikmah Ulya Warda, Pani Rizkianti, Aicha Firdausi, yang telah memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala karena rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terealisasi dengan lancar. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam yang telah membawa kita dari zaman permusuhan menuju zaman yang penuh dengan nuansa persaudaraan seperti ini.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti menyadari dan menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

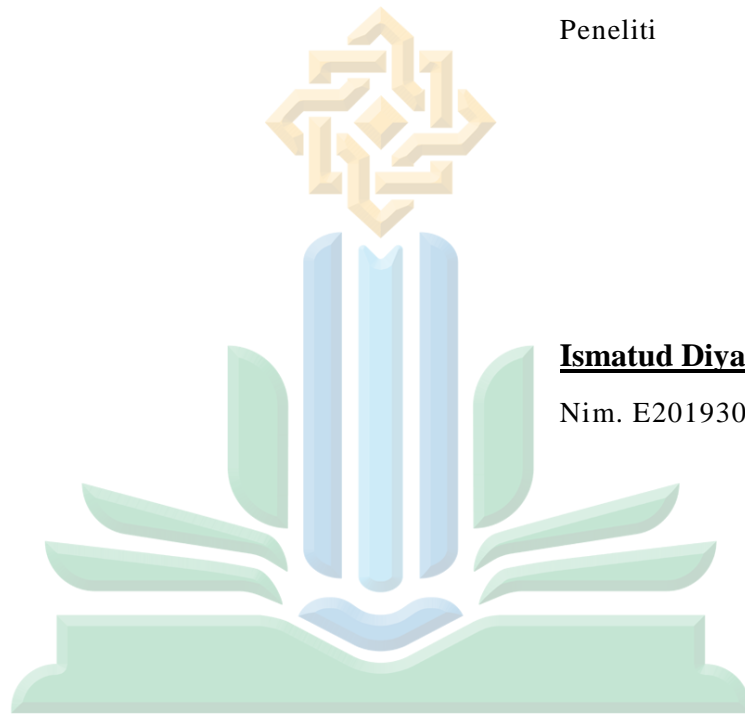
1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M selaku rektor UIN KHAS Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember
3. Dr. MF, Hidayatullah, S.HI.,M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
4. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Syariah UIN KHAS Jember yang telah memberikan layanan selama masa perkuliahan.
5. Dr. Hj Nurul Setianingrum S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktunya untuk memberi saran dan petunjuk sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi
6. Seluruh dosen UIN KHAS Jember yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama peneliti menempuh studi di UIN KHAS Jember.
7. Sahabat-sahabat kelas akuntansi syariah 2 angkatan 2019.
8. Almamater UIN KHAS Jember

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka dalam menerima kritik yang

kostruktif dalam membenahan skripsi ini. Semoga segala amal baik yang telah bapak/ibu/saudara berikan kepada penulis mendapatkan balasan kebaikan yang lebih dari Allah Subhanahu Wata'ala.

Jember, 16 April 2024

Peneliti



**Ismatud Diyana**

Nim. E20193061

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Ismatud Diyana, Nurul Setianingrum 2024:** *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2022*

**Kata Kunci:** Laba, Biaya produksi, Promosi, Penjualan,

Labanya merupakan salah satu informasi keuangan yang menarik perhatian bagi investor. Kemampuan menghasilkan laba yang maksimal pada suatu perusahaan sangat penting karena pada dasarnya pihak-pihak yang berkepentingan, seperti investor dan kreditur mengukur keberhasilan perusahaan berdasarkan kemampuan perusahaan yang terlihat dari kinerja manajemen dalam menghasilkan laba dimasa yang akan datang. Untuk mendapatkan laba yang optimal bukan hal yang mudah, karena laba juga dapat dipengaruhi oleh besarnya modal yang ada baik modal dana sendiri maupun yang berasal dari hutang, dan penjualan yang berjalan yang dapat menjadikan laba besar atau kecil. Biaya produksi merupakan biaya yang berhubungan dengan proses produksi diantaranya termasuk biaya bahan baku tak langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. dan pada biaya promosi bertujuan untuk biaya pemasaran atau biaya penjualan yang akan dikeluarkan untuk tujuan menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen langsung. Begitupun juga dengan penjualan yang merupakan omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun rupiah.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah; 1) Apakah Biaya Promosi Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2023? 2) Apakah Biaya Produksi Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2023? 3) Apakah Penjualan Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2023? 4) Apakah Biaya Promosi, Biaya Produksi, dan Penjualan Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2023?.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, promosi, dan penjualan terhadap laba bersih. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode dokumentasi. Populasi penelitian ini adalah perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2023. Sumber data menggunakan data sekunder. Sampel yang diambil berjumlah 4 perusahaan rokok dalam periode 8 tahun sehingga diperoleh 32 jumlah observasi.

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 22.

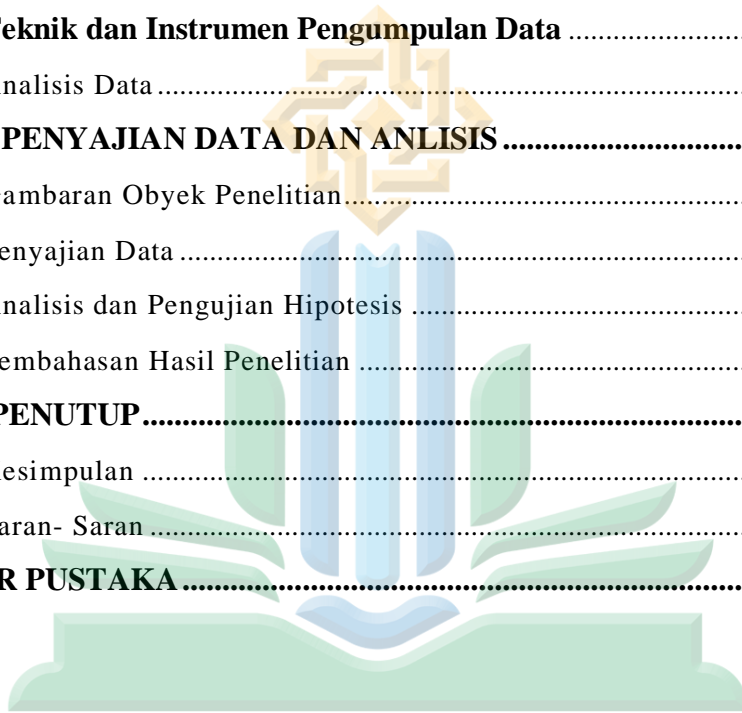
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel produksi berpengaruh namun tidak signifikan terhadap laba bersih, variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, variabel penjualan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi, promosi, penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.



## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Peneliti .....	7
D. Manfaat penelitian .....	8
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	9
F. Definisi Operasional .....	10
G. Asumsi Penelitian .....	12
H. Hipotesis .....	13
I. Sistematika Pembahasan .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>19</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	19
B. Kajian Teori .....	30
1. Biaya Produksi .....	30

2. Biaya Promosi .....	32
3. Penjualan .....	38
4. Laba Bersih.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	48
B. <b>Populasi dan Sampel</b> .....	48
C. <b>Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data</b> .....	50
D. Analisis Data .....	51
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANLISIS .....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	59
B. Penyajian Data .....	60
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran- Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indikator Variabel .....	10
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian .....	29
Tabel 3.1 Populasi Penelitian .....	49
Tabel 3.2 Sampel Penelitian .....	50
Tabel 4.1 Daftar Sampel Penelitian .....	59
Tabel 4.2 Biaya Produksi Perusahaan Rokok 2015-2022 .....	61
Tabel 4.3 Biaya Promosi Perusahaan Rokok 2015-2022 .....	61
Tabel 4.4 Penjualan Perusahaan Rokok 2015-2022 .....	62
Tabel 4.5 Laba bersih perusahaan Rokok 2015-2022 .....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas <i>Kormogolov Smirnov</i> .....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi .....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearilitas .....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Linier Berganda .....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Detrminasi .....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji f) .....	74
Tabel 4.14 Hasil hipotesisis .....	75

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Konseptual .....	13
4.1 Uji Normalitas .....	66
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHUKUAN

### A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan perekonomian yang sangat pesat mendorong banyak perusahaan untuk meningkatkan persaingan terhadap perusahaan lainnya. Persaingan yang terjadi saat ini membuat perusahaan semakin meningkatkan persaingan secara unggul dan kompetitif, hal ini dikarenakan banyaknya persaingan yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia. Semakin eratnya persaingan dalam dunia bisnis maka sebuah perusahaan tidak hanya diminta untuk mewujudkan produk yang berkualitas tinggi akan tetapi perusahaan harus bisa dalam mengelolah kinerja keuangannya dengan baik dan professional. Indonesia adalah negara yang mempunyai berbagai perusahaan yang menghasilkan perolehan pendapatan bersih yang terbilang cukup fantastis, perusahaan-perusahaan tersebut bukan hanya dari Badan Usaha Milik Negara akan tetapi juga berasal dari perusahaan swasta. Perusahaan yang mendapatkan pendapatan maksimal mencerminkan kinerja yang baik katas perusahaanya.<sup>2</sup>

Perusahaan rokok merupakan bagian dari perusahaan manufaktur. Perusahaan rokok merupakan perusahaan yang melakukan pengembangan, persiapan untuk penjualan, pengiriman, pengiklanan, dan pendistribusian tembakau dan produk yang terkait dengan tembakau. Diantaranya perusahaan

---

<sup>2</sup> Ending susilawati. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih" *Jurnal Manners*, Voll II, No. 1 Maret 2019

rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah PT Gudang Garam Tbk, PT H.M Sanporna Tbk, PT Bentoel Internasional Investama, dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk. Perusahaan rokok merupakan industri yang bersaing dengan ketat karena melibatkan sekitar 6 juta orang.<sup>3</sup> Perusahaan rokok merupakan perusahaan perseroan terbatas. Perusahaan perseroan terbatas merupakan Badan Hukum perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro dan Kecil. Dalam PP No 8 Tahun 2021 tentang perseroan terbatas yaitu mengatur bahwa mengenai modal dasar bagi Perseroan, serta tata cara pendirian, perubahan, kewajiban menyampaikan laporan keuangan, dan pembubaran Perseroan perorangan yang didirikan oleh 1 (satu) orang.<sup>4</sup>

Persaingan dalam industri tembakau khususnya rokok dapat terlihat dari banyaknya jenis dan berbagai macam produk rokok yang ditawarkan produsen kepada para konsumen. Hal ini mengharuskan produsen untuk mengenai produknya dengan berbagai cara. Salah satunya dapat dilakukan dengan cara promosi. Promosi merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para konsumennya.<sup>5</sup> Melalui aktivitas promosi perusahaan dapat mengkomunikasikan segala hal yang berkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan promosi salah satunya dengan cara memasang iklan di media cetak dan elektronik yang disesuaikan dengan pasar sasarnya.

---

<sup>3</sup> Wikipedia, Industri Rokok, [https://id.wikipedia.org/wiki/Industri\\_tembakau](https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_tembakau). Diakses tanggal September 2022

<sup>4</sup> Republik Indonesia, PP No. 8 Tahun 2021 tentang Modal Dasar Perseroan Serta Pendaftaran Pendirian, Perubahan, Dan Pembubaran Perseroan Yang Memenuhi Kriteria Usaha Untuk Mikro dan Kecil.

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Andi, 2012), 218

Promosi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Berapapun kualitas sebuah produk bila konsumen belum pernah mendengar atau tidak pernah tau tentang produk itu tidak akan berguna dan tidak akan menarik bagi mereka untuk membelinya. Pada hakikatnya promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produksi perusahaan. Promosi yang dilakukan pasti memerlukan yang namanya biaya. Biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi. Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi/membujuk, dan mengingatkan atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan.<sup>6</sup>

Dalam dunia usaha biaya produksi merupakan sumber biaya yang paling besar, karena terdiri atas tiga komponen biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.<sup>7</sup> Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Dari pengolahan bahan mentah dimana pengolahan memiliki output sebagai barang yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Dapat dikatakan bahwa biaya produksi yang akan memengaruhi besarnya laba yang diperoleh. jika biaya produksi semakin rendah maka laba yang akan di dapat semakin tinggi. Dalam memilih sampai dengan memutuskan untuk membeli, konsumen dipengaruhi oleh harga jual. semakin tinggi harga jual apabila

---

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Andi,2012), 219

<sup>7</sup> Putu Arya Mahatmavidya, "Biaya Produksi, Bahan Baku, Tenaga Kerja, dan Overhead," (2023)

sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen, mereka akan tertarik untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan.<sup>8</sup>

Biaya promosi dan biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih, perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Laba/rugi sering dijadikan alat ukur untuk menilai kinerja perusahaan. Unsur-unsur yang menjadi bagian pembentukan laba adalah pendapatan dan biaya.<sup>9</sup>

Laba merupakan indikator penting bagi sebuah laporan keuangan yang memiliki berbagai kegunaan. Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya.<sup>10</sup> Laba yang diperoleh perusahaan akan digunakan untuk berbagai kepentingan oleh pemilik dan manajemen. Laba akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan. Laba juga digunakan sebagai penambahan modal dalam rangka meningkatkan produksi atau untuk melakukan perluasan pemasaran ke berbagai wilayah.<sup>11</sup>

Laba merupakan salah satu informasi keuangan yang menarik perhatian bagi investor. Kemampuan menghasilkan laba yang maksimal pada suatu perusahaan sangat penting karena pada dasarnya pihak-pihak yang berkepentingan, seperti investor dan kreditur mengukur keberhasilan

---

<sup>8</sup> Nurul Naszirah, Vidya Fathimah. "Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual Terhadap Pendapatan UMKM Kolam Renang," *Jurnal Studi Manajemen*, no. 2 (2022), 96-103

<sup>9</sup> Sofie Primadany Putri, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba pada Perusahaan." *Jurnal Manajemen, Hukum Dan Sosial*, no. 1 (2023)

<sup>10</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Revisi, Cetakan 13* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 304

<sup>11</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Revisi, Cetakan 13*, 305



perusahaan berdasarkan kemampuan perusahaan yang terlihat dari kinerja manajemen dalam menghasilkan laba dimasa yang akan datang. Untuk mendapatkan laba yang optimal bukan hal yang mudah, karena laba juga dapat dipengaruhi oleh besarnya modal yang ada baik modal dana sendiri maupun yang berasal dari hutang, dan penjualan yang berjalan yang dapat menjadikan laba besar atau kecil.<sup>12</sup>

Bagi Indonesia rokok dianggap sebagai salah satu industri yang berkontribusi bagi perekonomian. Pungutan cukai khususnya cukai rokok mempunyai peranan yang cukup penting sebagai salah satu sumber penerimaan Negara. Ditunjukkan dengan potensinya yang cenderung meningkat, yang mana menurut laporan tahunan Direktorat Jendral Bea dan Cukai (DJBC) pada tahun 2018-2022.<sup>13</sup> Selain itu, industri rokok juga menjadi sumber penghidupan bagi 6,1 juta orang yang bekerja di industri rokok secara langsung dan tidak langsung, termasuk 1,8 juta petani tembakau dan cengkeh. Tidak hanya itu didalam negeri peranan rokok sebagai sumber pemasukan negara juga cukup besar. Penerimaan negara dari sektor bea cukai tahun 2022 lalu mencapai Rp358,33 miliar. Jadi industri yang berkontribusi kepada cukai, pajak dan tenaga kerja adalah hal yang berkepentingan bagi Negara kita. Volume penjualan rokok menurun karena adanya kenaikan tarif cukai yang dilakukan pemerintah dan adanya merek-merek baru yang selisih harga dengan merek pesaing yang harganya menengah dan merendah.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Ani Zahra dan Rachma, "Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Riset Manajemen*, no. 2 (2018), 157

<sup>13</sup> Laporan Kinerja Bea Cukai 2022, <https://bckanwiljakarta.beacukai.go.id>

<sup>14</sup> Pendapatan Bea Cukai tahun 2022, <https://www.beacukai.go.id>

Oleh karena itu untuk meningkatkan penjualan rokok yang akan mengakibatkan laba menjadi maksimal, pihak perusahaan rokok harus melakukan promosi berupa iklan maupun media cetak. Dengan adanya peningkatan promosi seharusnya penjualan akan naik dan mengakibatkan laba menjadi maksimal tetapi dalam laporan keuangan rokok yang terdaftar di BEI ada masa dimana promosi mengalami kenaikan tetapi laba mengalami penurunan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap Laba Bersih. Secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, terdapat pengaruh, tetapi biaya Promosi berpengaruh terhadap laba bersih.<sup>15</sup> Hasil penelitian tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang juga dilakukan dengan hasil bahwa biaya produksi tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap laba bersih.<sup>16</sup>

Terdapat ketidak konsistenan antara satu dengan penelitian lainnya, maka dalam hal ini peneliti bermaksud menguji Kembali variabel-variabel tersebut. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi investor dan kreditor serta pihak internal perusahaan dalam mendeteksi kondisi keuangan perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat mengetahui kondisi keuangan perusahaan. Berdasarkan fenomena yang ada, penelitian ini mengambil objek yakni laporan keuangan perusahaan

---

<sup>15</sup> Endang Susilawati, "Pengaruh Biaya Produksi , dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok PT.Gudang Garam Yang Terdaftar Di BEI Pada tahun 2011-2017," *Manners*, no.1 ( Maret 2019)

<sup>16</sup> Nurul Juwariyah, Rosyanti. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Produksi Terhadap Laba Bersih Yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan," *Manners*, no. 1 (2022)

manufaktur sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan pemilihan perusahaan manufaktur sub sektor rokok karena perusahaan rokok merupakan perusahaan yang memiliki tingkat permintaan yang terus meningkat seiring dengan segmen pasar yang luas dan terbuka. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan maka penulis mengambil penelitian dengan judul **PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN ROKOK YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2015-2023**

#### **B. Rumusan masalah**

1. Apakah Biaya Promosi Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2023?
2. Apakah Biaya Produksi Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2023?
3. Apakah Penjualan Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2023?
4. Apakah Biaya Promosi, Biaya Produksi, dan Penjualan Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2023?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Menguji Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2023.
2. Untuk Menguji Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2023.

3. Untuk Menguji Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2023.
4. Untuk Menguji Pengaruh Biaya produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2023.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai masukan untuk perusahaan rokok dalam meningkatkan penjualan dan pencatatan lebih lanjut atas hutang dan modal kerja dan Sebagai bahan evaluasi hutang dan modal kerja yang selama ini dijalankan.

##### 2. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengembangkan pengetahuan serta wawasan sebagai sarana untuk mengetahui secara luas tentang teori dan mengembangkan suatu pemikiran kritis. Serta dapat menambah wawasan yang lebih luas tentang pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih perusahaan.

##### 3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bacaan dan referensi untuk lebih memahami mengenai pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih perusahaan.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>17</sup> Ada dua variabel yang dibahas, yaitu:

#### a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

*Independent variable* sering disebut sebagai variable stimulus, *predicto*, dan *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variabel bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab pertumbuhannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*).<sup>18</sup> Adapun variabel independen dari penelitian ini adalah Biaya Produksi ( $X_1$ ), Biaya Promosi ( $X_2$ ), dan Penjualan ( $X_3$ ).

#### b. Variabel Terikat (*dependent variable*)

*Dependent Variable* sering disebut dengan variable output, kriteria, *konsekuen*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut juga variable terikat. Variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variable bebas.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel menjadi variabel dependen adalah Laba Bersih (Y).

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2020), 68.

<sup>18</sup> Sugiyono, 69.

<sup>19</sup> Sugiyon, 69.

## 2. Indikator Variabel

Indikator Variabel adalah yang dipecahkan menjadi kategori-kategori data yang harus dikumpulkan oleh peneliti. Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 1.1**  
**Indikoator Variabel**

Variabel	Indikator
Biaya Produksi ( $X_1$ )	Biaya Produksi = Biaya Material Langsung + Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung + Biaya Overhead Pabrik
Biaya Promosi ( $X_2$ )	Biaya Promosi = Biaya Periklanan + Biaya Promosi Penjualan
Penjualan ( $X_3$ )	Penjualan = Penjualan Kotor - (Retur Penjualan + Potongan Penjualan) <sup>20</sup>
Laba Bersih (Y)	Laba Bersih = (Pendapatan - Beban - Pajak) <sup>21</sup>

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>22</sup>

Penelitian ini menggunakan tiga variabel dan satu variabel terikat:

### 1. Biaya Produksi ( $X_1$ )

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan jasa. Biaya produksi dapat diklarifikasi sebagai

<sup>20</sup> Hamli Syaifullah, *Buku Praktis Akuntansi Mudah Membuat Jurnal Dengan Pendekatan Siklus Transaksi-Transaksi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 37

<sup>21</sup> Kasmir, *Analisis laporan keuangan, Edisi 1, Cetakan 4* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 303

<sup>22</sup> Sugiono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta), 38

biaya produksi langsung, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.<sup>23</sup>

Biaya produksi merupakan perkiraan semua biaya yang harus diperhitungkan dalam rangka proses produksi sebuah barang. Biaya produksi ini diindikasikan dengan perkiraan biaya produksi dengan skala rasio. Biaya produksi juga merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang akan dijual.<sup>24</sup>

## 2. Biaya Promosi ( $X_2$ )

Biaya promosi adalah semua biaya yang meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi.<sup>25</sup> Besarnya biaya promosi mempengaruhi volume penjualan perusahaan. Biaya promosi merupakan pengorbanan perusahaan yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk semua kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang dihasilkan perusahaan.

## 3. Penjualan ( $X_3$ )

Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua pihak.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Achmad Slamet dan Sumarli, "Pengaruh *Perkiraan Biaya Produksi dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Industri Kecil Genteng Pres*". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika*, Vol. 11, 12, 2002, 51.

<sup>24</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta:STIE YKPN) 2015,14

<sup>25</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta:STIE YKPN) 2012,8

<sup>26</sup> Moekijat, *Kamus Manajemen* (Bandung: CV Mandar Maju.2000). 488.

#### 4. Laba Bersih (Y)

Laba Bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak. Laba bersih yang berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian.<sup>27</sup>

Laba juga merupakan salah satu informasi keuangan yang menarik perhatian investor. Kemampuan menghasilkan laba yang maksimal pada suatu perusahaan sangat penting karena para investor dan kreditur mengukur keberhasilan suatu perusahaan. Dan untuk mendapatkan laba yang optimal laba juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang ada baik modal dana sendiri ataupun dari hutang, dan penjualan yang berjalan yang dapat menjadikan besar kecilnya laba.<sup>28</sup>

#### G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian bisa disebut juga dengan Anggaran dasar atau asumsi dasar adalah suatu hal yang diyakini kebenarannya oleh penelitian yang harus dirumuskan secara jelas. Asumsi dasar ini berfokus sebagai referensi serta bahan berpijak bagi masalah yang diteliti oleh peneliti serta asumsi dasar ini juga mempertegas variable yang menjadi pusat perhatian dan merumuskan hipotesis.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, Edisi 1*, Cetakan, 303.

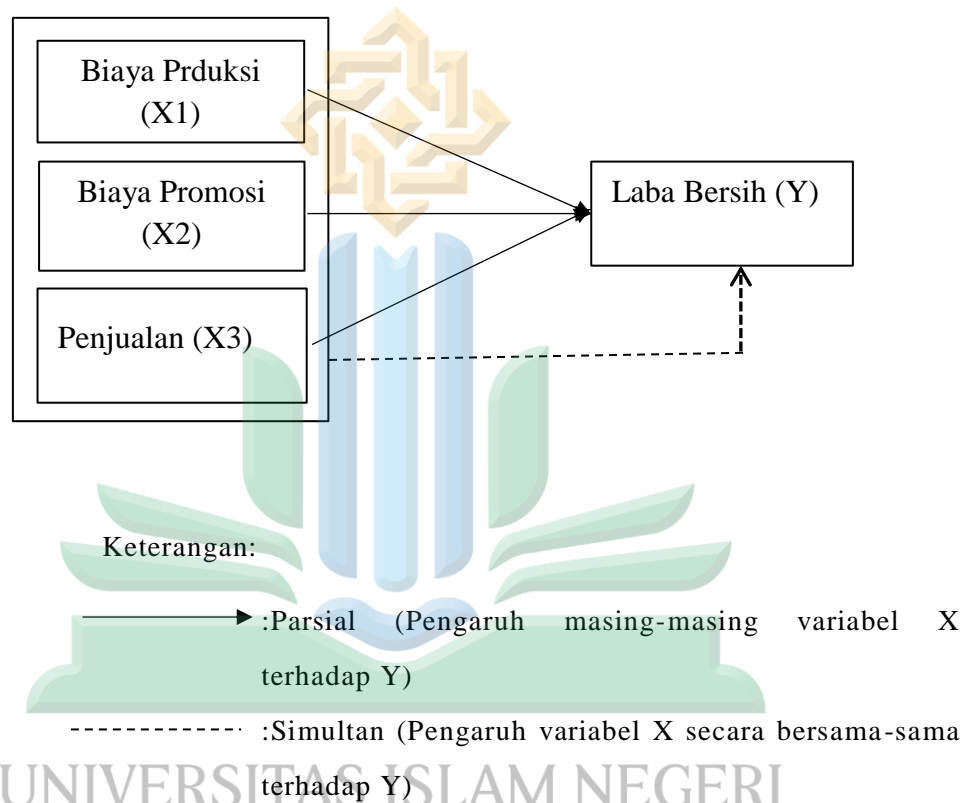
<sup>28</sup> Ani Zahra Dan Rachma, "Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Riset Manajemen*, no. 2 (2018), 157

<sup>29</sup> Panitia Penyusunan Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember, "*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*" (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 41.



Asumsi penelitian ini yaitu adanya pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Konseptual**



## H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris

yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>30</sup> Dengan demikian hipotesis yang di ajukan oleh penulis sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba bersih**

Biaya dan pendapatan dapat diperhitungkan untuk seluruh usaha perusahaan sebagai satu unit selama satu periode tertentu. Dalam hal ini semua biaya dan semua produksi di jumlahkan dan kemudian di bandingkan dengan keuntungan yang diperoleh. Karena keuntungan adalah selisih antara permintaan (*Revenue*) dengan biaya (*cost*). jika biaya turun, maka keuntungan produsen atau penjual akan meningkat dan seterusnya akan mendorong untuk meningkatkan jumlah pasokan ke pasar.

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan yang di produksi perusahaan tersebut.<sup>31</sup> Biaya produksi sangat menentukan tingkat keuntungan. Karena keuntungan adalah selisih antara permintaan (*revenue*) dengan biaya (*cost*). Apabila suatu perusahaan dapat menekan biaya produksi, maka perusahaan bisa meningkatkan laba bersih yang diperoleh, dan jika terjadi pemborosan pada biaya produksi maka dapat menimbulkan penurunan laba perusahaan. Berdasarkan teori dan didukung oleh penelitian sebelumnya maka hipotesis di ajukan dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI

---

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 64.

<sup>31</sup> Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Akuntansi, 2008*.

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI

## 2. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih

Biaya promosi sangat penting untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, terlepas dari kualitas produk, jika konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin apakah produk tersebut bermanfaat bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Promosi tidak hanya menarik minat konsumen, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dan konsumennya Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih.<sup>32</sup>

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi secara persial terhadap laba bersih pada perusahaan rokok.

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI.

## 3. Pengaruh penjualan terhadap laba bersih

Penjualan merupakan puncak kegiatan dalam seluruh kegiatan perusahaan dalam usaha untuk mencapai target yang diinginkan. Penjualan adalah sumber pendapatan yang diperlukan menutup biaya dengan harapan mendapatkan laba.<sup>33</sup>

Tingginya tingkat penjualan disebabkan oleh harga yang ditawarkan pada konsumen lebih rendah dan pemberian potongan harga

<sup>32</sup> Susanti Widhiastuti1, R. Rama Satrya Nugraha, "Pengaruh Modal Intelektual, Biaya Promosi, dan Perputaran Persediaan Dalam Mempengaruhi Profit Serta Impilikasinya Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol 15, No 02, 2018, 185

<sup>33</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality Satisfaction* (Jogjakarta: Andi Offset, 2021), 310

bagi pembeli tunai, dan apabila hal ini tidak diikuti dengan penurunan harga pokok penjualan dan penghematan biaya laba perusahaan akan menurun.<sup>34</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan Diana dan Ani Zahra yang menyatakan bahwa penjualan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap laba bersih.<sup>35</sup> Namun penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Endah Saripah, Muhammad Nasim, Nevin Wijaya, Veronika yang menyatakan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.<sup>36</sup>

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan secara persial terhadap laba bersih pada perusahaan rokok.

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI.

#### **4. Pengaruh biaya produksi, promosi, dan penjualan terhadap laba bersih**

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan yang di produksi perusahaan tersebut.<sup>37</sup>

Promosi tidak hanya menarik minat konsumen, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dan konsumennya

Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih.<sup>38</sup>

<sup>34</sup> Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Bumi Aksara), 161

<sup>35</sup> Diana, "Pengaruh Hutang, Modal Kerja, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2018," *STIE Akuntansi dan Bisnis Internasional* no 1(Juni 2021)

<sup>36</sup> Nevin Wijaya, Veronika, Silvia Kosasih dan Feby Natalia, "Pengaruh Modal Kerja, Total Hutang, Tingkat Inflasi dan Penjualan Bersih Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Akuntansi Ekonomi* no.1 (Februari 2021)

<sup>37</sup> Sadono Sukirno, "Teori Pengantar Akuntansi, 2008".

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.<sup>39</sup>

Penelitian mengenai biaya produksi, promosi, dan penjualan pernah dilakukan Elma Cahyani Ratu, dan Titik Rachmawati mengemukakan dalam penelitiannya secara simultan menunjukkan bahwa produksi, promosi, dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.<sup>40</sup>

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi, promosi, dan penjualan secara persial terhadap laba bersih pada perusahaan rokok.

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi, promosi, dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI.

## I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsikan alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab

<sup>38</sup> Susanti Widhiastuti1, R. Rama Satrya Nugraha, "Pengaruh Modal Intelektual, Biaya Promosi, dan Perputaran Persediaan Dalam Mempengaruhi Profit Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol 15, No 02, 2018, 185

<sup>39</sup> Adisaputro, Marwa, *Anggaran Perusahaan* Buku 1 Edisi 2 (Yogyakarta: BP FE-Yogyakarta, 2013), 60

<sup>40</sup> Elma Cahyani Ratu dan Titik Rachmawati, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Riset Manajemen*. (Juni 2023)

penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti pada daftar isi.<sup>41</sup>

## BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan sebagai pembuka dari penelitian ini, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, anfaat penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab kajian kepustakaan merupakan bab kedua dalam penelitian. Membahas tentang penelitian terdahulu serta landasan teori yang mendasari penelitian serta kerangka pikir dalam penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian merupakan bab ketiga dalam penelitian. Membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, jenis data, sumber data, dan analisis data.

## BAB VI PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab penyajian data dan analisis memaparkan tentang gambaran objek, penyajian data, analisis, dan pengujian hipotesis serta pembahasan.

## BAB V PENUTUP

Bab penutup adalah bab terakhir dari penelitian ini yang menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran.

---

<sup>41</sup> Panitia Penyusun Buku Pedoman Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 80

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi dan bahan pijakan bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Berikut merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan.

1. Elma Cahyani Ratu, dan Titik Rachmawati (2023) “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2021. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 14 perusahaan, dimana metode pengambilan sampel menggunakan metode purpose sampling. Sumber data diperoleh dari data sekunder Annual report masing-masing perusahaan yang dipublish melalui laman web [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan aplikasi program SPSS Versi 22.0 dengan berbagai macam uji yaitu uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik serta uji hipotesis secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji f). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana

nilai Sig. sebesar  $0,934 > 0,05$  dan nilai thitung  $-0,083 < 2,024$  ttabel yang berarti bahwa H1 ditolak. Biaya promosi secara parsial juga tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana nilai Sig.  $0,490 > 0,05$  dan nilai thitung  $< ttabel = -0,697 > 2,024$  yang berarti bahwa H2 ditolak. Untuk variabel volume penjualan, hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara volume dengan laba bersih. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana nilai Sig.  $0,001 < 0,05$  dan nilai thitung  $> ttabel = 3,514 > 2,024$  maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Untuk hasil analisis data secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji f dimana  $f_{hitung} (23,195) > f_{tabel} (3,24)$  dan nilai signifikan  $(0,000) < (0,05)$  maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel bebas yaitu biaya produksi, biaya promosi dan volume pendapatan dan pada penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Dan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya pada penelitian ini objek penelitiannya perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian yang diteliti penulis menggunakan objek perusahaan manufaktur sub sektor rokok.



2. Kartika Tryandi (2022) “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dari perusahaan ini adalah perusahaan sektor Industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan biaya produksi memiliki pengaruh positif pada laba bersih, biaya promosi memiliki pengaruh negatif pada laba bersih, dan volume penjualan memiliki pengaruh positif pada laba bersih. Ini disebabkan sektor barang konsumsi selalu mengutamakan keunggulan bahan baku (biaya produksi) untuk meningkatkan volume penjualan dan secara otomatis biaya promosi tidak terlalu diperlukan karena pelanggan akan tetap loyal karena produk selalu berkualitas, sehingga dengan ini laba bersih perusahaan akan tinggi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel bebas yaitu biaya produksi, biaya promosi dan penjualan dan pada metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaanya terletak pada objek penelitiannya pada penelitian ini objek penelitiannya pada sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan objek yang diteliti penulis menggunakan objek perusahaan manufaktur sub sektor rokok.

3. Illa Alfatica Nur Laili, dan Hendrato Setiabudi Nugroho (2022) “Pengaruh Biaya Produksi dan Promosi Terhadap Laba Bersih”

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Sampel yang digunakan sebanyak 6 perusahaan pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Instrumen penelitian yang digunakan adalah dokumentasi. Hasil yang diperoleh adalah (1) biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$ ; (2) biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan hasil signifikansi  $0,498 > 0,05$ ; dan (3) secara simultan biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih dengan hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel bebas yaitu biaya produksi, biaya promosi dan pada metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan penielat kuantitatif. Perbedaanya terletak pada objek penelitiannya pada penelitian ini objek yang dipilih adalah sektor kosmetik. Sedangkan pada penelitian ini penulis memilih objek perusahaan manufaktur sub sektor rokok.

4. Nurul Juwariyah dan Rosyati (2021) “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang dimediasi oleh Volume Penjualan” (Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019)”.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang terdiri

dari data biaya promosi, biaya produksi, volume penjualan dan laba bersih PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode tahun 2015-2019. Data-data tersebut diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasikan oleh PT. Unilever Indonesia Tbk melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Metode yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan analisis jalur (path analysis).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel bebas yaitu biaya promosi, biaya produksi dan pada metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya pada penelitian ini objek penelitiannya perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk sedangkan penelitian yang diteliti penulis menggunakan objek perusahaan manufaktur sub sektor rokok. Selain objek penelitian yang berbeda analisis datanya juga berbeda. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda sedangkan penulis menggunakan analisis regresi data panel dan menggunakan SPSS

5. Jekso Ryan Pamungkas, Linawati dan Mar'atus Solikah (2021) "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverages"

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor food and

beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan *software* STAT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pendapatan dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara Bersama-sama pendapatan dan biaya operasional mempengaruhi laba bersih sebesar 19% dan sisanya sebesar 18% dipengaruhi oleh variabel lain.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada alat uji.

6. Endah Saripah dan Muhammad Nasim Harahap (2021) “Pengaruh Biaya Operasional dan Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018”

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012-2018. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 21. Hasil dari pengujian analisis regresi menunjukkan biaya operasional secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih, penjualan secara parsial berpengaruh

positif dan signifikan terhadap laba bersih sedangkan secara simultan biaya operasional dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

7. Yulianus Viki Antono<sup>1</sup>, Hendrik Suhendri dan Sri Andika Putri (2021) “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Perusahaan Roti PT.Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019)”

Penelitian merupakan hasil riset untuk dapat mengetahui adanya pengaruh biaya produksi serta biaya promosi terhadap laba bersih pada PT NIC Tbk yang mana telah terdaftar di BEI periode 2014-2019. Adapun dalam riset ini menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun hasil yang ditemukan pada riset ini ialah pada variabel biaya produksi dapat memberikan sebuah pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih, yang mana dapat dibuktikan melalui nilai  $t$  hitung = 7,299 (lebih besar dari  $t$  tabel = 2,447) dan nilai signifikan = 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis 1 dapat diterima, sedangkan pada variabel biaya promosi juga dapat memberikan sebuah pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih hal tersebut dapat dibuktikan melalui nilai  $t$  hitung = 5,881 (lebih besar dari  $t$  tabel = 2,447) dan nilai signifikan = 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Pengaruh variabel biaya produksi serta biaya promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap laba bersih PT NIC Tbk yang mana telah terdaftar di BEI periode 2014-2019 sebesar 20,8%.

8. I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wirya Sanjaya (2020) “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Sampel yang digunakan berjumlah 35 perusahaan yang terpilih secara acak. Variabel independen dalam penelitian ini adalah biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan. Variabel dependen adalah laba perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) variabel biaya produksi dengan nilai signifikansi 0,016 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Variabel biaya promosi dengan tingkat signifikansi 0,015 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Serta variabel volume penjualan dengan nilai signifikansi 0,041 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa variabel volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan.

9. Sri Agustini, SE, MMSI (2020) “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Di BEI 2016-2018”

Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ini akan membawa dampak persaingan perdagangan yang ketat, terutama pada perusahaan sejenis. Dengan demikian perusahaan dituntut bekerja lebih efisien supaya dapat tetap bertahan dalam bidangnya masing-masing. Tujuan perusahaan walaupun yang satu dengan yang lainnya belum tentu sama, tetapi pada umumnya tujuan perusahaan terutama adalah memperoleh laba yang sebesar-besarnya salah satunya dengan meminimalkan biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI 2016-2018 dengan metode penelitian berupa pengumpulan data sekunder. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling. Adapun sampel tersebut berjumlah 24 perusahaan, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 29,6% faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih dengan variabel biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan sedangkan sisanya 70,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih dengan hasil analisis yaitu nilai  $F_{hitung} (5,458) > F_{tabel} (2,84)$ . Hasil uji t

menunjukkan bahwa variabel biaya produksi menunjukkan hasil analisis thitung  $-2,012$  dan variabel biaya promosi menunjukkan hasil analisis thitung  $(0,719)$  dimana  $t_{tabel} (2,02269)$  maka secara parsial kedua variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Adapun variabel volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan terhadap laba bersih dengan nilai hasil analisis thitung  $(2,799)$ . Variabel yang dominan mempengaruhi laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi adalah volume penjualan.

10. Endang Susilawati (2019) “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Rokok PT Gudang Garam TBK Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017)”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih PT Gudang Garam Tbk periode 2011-2017. Jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Analisis menggunakan analisis hipotesis yaitu analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap Laba Bersih. Secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, terdapat pengaruh, tetapi biaya Promosi berpengaruh terhadap laba bersih PT Gudang Garam Tbk periode 2011-2017.



**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Elma Cahyani Ratu, dan Titik Rachmawati (2023)	a. Variabel independent Biaya Produksi, Biaya promosi dan penjualan b. Variabel dependen Laba Bersih c. Metode Kuantitatif	a. Perbedaan objek penelitian
2	Kartika Tryandi (2022)	a. Variabel independent biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan b. Variabel dependen Laba bersih c. Metode Kuantitatif	a. Objek penelitian yang dipilih peneliti
3	Illa Alfatica Nur Laili, dan Hendrato Setiabudi Nugroho (2022)	a. Metode Kuantitatif b.	a. Analisis data regresi data panel b. Alat uji Software STAT
4	Nurul Juwariyah dan Rosyati (2021)	a. Variabel independent Biaya produksi, Biaya promosi b. Metode Kuantitatif	a. Obejek penelitian terdahulu sektor kosmetik sedangkan penelitian pada sektor rokok b. Alat uji Eviews
5	Jekso Ryan Pamungkas, Linawati dan Mar'atus Solikah (2021)	a. Teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> b. Metode Kuantitatif	a. Alat uji Software Stat b. Objek penelitian
6	Endah Saripah dan Muhammad Nasim Harahap (2021)	a. Metode Kuantitatif b. Alat uji SPSS	a. Variabel independent biaya operasional dan laba bersi
7	Yulianus Viki Antono1, Hendrik Suhendri dan Sri Andika Putri (2021)	a. Dua variabel indepnende Biaya promosi dan biaya produksi b. Metode Kuantitatif c. Alat uji SPSS	a. Jumbal variabel independent b. Objek penelitian
8	I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wirya Sanjaya (2020)	a. Variabel independen Biaya produksi, Biaya promosi, dan penjualan b. Variabel dependen Laba bersih	a. Objek penelitian

		c. Metode Kuantitatif d. Alat uji SPSS	
9	Sri Agustini, SE, MMSI (2020)	a. Variabel independen Biaya produksi, Biaya promosi, dan penjualan b. Variabel dependen Laba bersih c. Metode Kuantitatif d. Alat uji SPSS	a. Objek penelitian yang di ambil
10	Endang Susilawati (2019)	a. Dua variabel independent Biaya produksi dan biaya promosi b. Variabel dependen laba Laba bersih c. Metode Kuantitatif	a. Jumlah variabel pada penelitian b. Alat uji evIEWS

Sumber: Beberapa penelitian terdahulu, data diolah

## B. Kajian Teori

### 1. Biaya produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan proses produksi, dimana biaya yang diklasifikasikan diantaranya adalah bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap di jual, dimana objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Biaya produksi dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai biaya bahan langsung, tenaga kerja dan overhead pabrik.<sup>42</sup> sedangkan biaya non produksi adalah biaya yang berkaitan selain fungsi produksi, yaitu pengemangan, distribusi, layanan pelanggan dan administrasi umum. Biaya produksi dapat didefinisikan

<sup>42</sup> Mulyadi, "Akuntansi Biaya (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademik Manajemen Perusahaan YKPN,2015), 181.

sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu biaya eksplisit dan biaya tersembunyi (imput cost). Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang di butuhkan. Sedangkan biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.<sup>43</sup>

Teori biaya produksi erat hubungannya dengan teori fungsi pengeluaran. Kedua-duanya membedakan analisisnya kepada jangka pendek dan jangka Panjang. Kedua analisis juga dipengaruhi oleh hukum produksi marjinal yang semakin berkurang. Dalam jangka pendek penggolongan biaya produksi dibedakan kepada biaya total dan biaya rata-rata. Jenis-jenis biaya total dibedakan menjadi tiga jenis biaya.<sup>44</sup>

- 1) Biaya tetap total (TFC): yang meliputi pembelajaran untuk memperoleh faktor-faktor produksi yang tetap jumlahnya.
- 2) Biaya perubahan total (TVC): meliputi semua pembelajaran yang digunakan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat berubah jumlahnya.

---

<sup>43</sup> Sadono Sukirno, " *Teori Pengantar Ekonomi, ED.3*". (Jakarta: Pt Rja Grafindo Persada, 2013) 208.

<sup>44</sup> Mulyadi, 183.

- 3) Biaya total (TC): meliputi pembelajaran keatas faktor-faktor produksi yang digunakan, yang meliputi faktor produksi yang tetap jumlahnya dan yang dapat berubah. Dalam persamaan:  $TC = TFC + TVC$

Biaya rata-rata dibedakan menjadi tiga jenis biaya sebagai berikut:

- 1) Biaya tetap rata-rata (AFC): biaya ini merupakan biaya tetap yang di belanjakan untuk menghasilkan setiap unit produksi.

$$AFC = \frac{AFC}{Q}$$

- 2) Biaya berubah rata-rata (AVC): biaya ini merupakan biaya variable yang dibelanjakan untuk menghasilkan setiap unit produksi.

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

- 3) Biaya total rata-rata: biaya ini meliputi keseluruhan biaya yang digunakan untuk menghasilkan setiap unit produksi. Dalam persamaan.

$$AC \text{ atau } ATC = \frac{TC}{Q}$$

## 2. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen langsung.<sup>45</sup>

Biaya promosi juga meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi atau kegiatan untuk menjual produk perusahaan baik

<sup>45</sup> Freddy Rangkuti, "Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI" (Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 2013)

berupa barang atau jasa pada pembeli sampai pengumpulan piutan menjadi kas.<sup>46</sup> Biaya promosi merupakan biaya pemasaran serta penjualan yang termasuk di dalamnya yaitu, semua biaya-biaya yang diperoleh sebagai jaminan pelayanan guna para pelanggan dalam memberikan produk dan jasa langsung kepada pelanggan atau pembeli. biaya promosi adalah penjumlahan dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan guna melaksanakan kegiatan promosi barang atau produk suatu perusahaan.<sup>47</sup>

Bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat yang membantu pencapaian tujuan perusahaan. Secara umum bauran promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khusus. Beberapa tugas khusus yaitu mencakup:

1) Biaya Periklanan (*advertising*)

*Advertising* merupakan alat utama bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumennya. *Advertising* ini dapat dilakukan oleh perusahaan lewat surat kabar, radio, majalah televisi, ataupun dalam poster-poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat-tempat yang strategis. Ketika konsumen membaca dan melihat *advertising* ini haruslah dibuat sedemikian rupa sehingga menarik perhatian para pembacanya. Periklanan mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

---

<sup>46</sup> Mulyadi S “*Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Prespektif Pembangunan*” (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2014)

<sup>47</sup> Illa Alfatica Nur Laili, Hendrato Setiabudi Nugroho “Pengaruh Biaya Produksi dan Promosi Terhadap Laba Bersih,” *Jurnal competency of business*, no 22 (2022), 6

a. Masyarakat (*public presentasi*)

Iklan yang baik dan tepat, akan dapat menjangkau masyarakat luas dengan cepat karena dapat memberikan pengaruh terhadap barang yang ditawarkan tersebut.

b. Kemampuan membujuk

Periklanan mempunyai daya bujuk tinggi, hal ini disebabkan periklanan dapat dimuat berkali-kali dan format iklan yang memberikan pesan yang positif akan citra perusahaannya.

c. Ekspresif

Periklanan mempunyai kemampuan untuk mendramatisir produk, sehingga lebih menarik.

d. *Impersonal* (tidak terhadap orang tertentu saja)

Periklanan merupakan bentuk komunikasi yang hanya monolog.

Oleh karena itu, konsekuensinya tidak dapat menanggapi tanggapan secara

langsung dari pembaca iklan.

e. Efisien

Periklanan dikatakan efisien, karena periklanan dapat menjangkau masyarakat luas, terutama secara geografis.<sup>48</sup>

2) Biaya Promosi

Promosi penjualan adalah kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga

<sup>48</sup> Rahmi Yuliana, Hendra Kusuma "Bauran Promosi Sebagai Upaya Memelihara Loyalitas Pelanggan." *Jurnal STIE Semarang*, no. 1 (Februari, 2010), 69.

konsumen akan mudah untuk melihatnya, bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Promosi penjualan sering menarik orang yang suka berlai merek, yang terutama mencari harga yang lebih murah dan nilai yang baik dipasar dengan perbedaan merek yang tinggi, promosi penjualan mampu mengubah pangsa pasar secara permanen.

Promosi penjualan ini mempunyai beberapa sifat yaitu: Komunikasi, Intensif, Mengundang.<sup>49</sup>

### 3) biaya publisitas

Publisitas merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tau dan menyenangi produk yang dipasarkan. Publikasi mempunyai beberapa sifat, yaitu:

#### a. Kredibilitas tinggi

Kredibilitas tinggi tentunya karena publikasi dianggap bukan merupakan propaganda, karena tidak dibiayai oleh perusahaan pemilik produk atau jasa.

#### b. Dapat menembus batas perasaan

Publisitas ini mampu menjangkau konsumen yang tidak menyukai iklan. Kesan yang timbul dari publikasi ini adalah berita yang bersifat bebas dan tidak memihak.

<sup>49</sup> Djaslim Saladin, Manajemen Pemasaran, (Bandung: Linda Karya, 2003), 172.

c. Dapat mendramatisir

Publisitas juga mampu mendramatisir seperti halnya iklan, tetapi pendramatisiran publisitas lebih dipercaya daripada iklan karena yang melakukannya bukan perusahaan yang bersangkutan.

4) Biaya Personal Selling

Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara perusahaan dengan calon konsumennya. Kontak langsung itu dapat mempengaruhi secara intensif para konsumennya karena dalam hal ini pengusaha dapat mengetahui keinginan dan selera konsumennya serta gaya hidupnya dan mengetahui keinginan dan selera konsumennya serta gaya hidupnya dan dengan demikian maka pengusaha dapat menyesuaikan cara pendekatan atau komunikasinya dengan konsumennya itu secara tepat yang sesuai dengan konsumen yang bersangkutan. Personal selling mempunyai sifat sebagai berikut

a. Perorangan (*personal*)

*Personal* merupakan alat promosi yang terlibat langsung, menanggapi dan berinteraksi secara langsung pula dengan pribadi atau beberapa pribadi yang dihadapinya.



b. Tanggapan langsung (*Direct Respons*)

*Personal selling* mampu memberikan tanggapan atau reaksi kepada konsumen secara langsung, sehingga dapat memberikan kesan baik perusahaan kepada konsumennya.

c. Mempererat hubungan perusahaan dan konsumen

Jika *personal selling* yang dilakukan perusahaan dapat berjalan secara efektif maka dapat mempererat hubungan perusahaan dengan konsumen.

d. Biaya Tinggi

Karena harus berkomunikasi secara langsung bertatap muka dengan *konsumen* sehingga perlu kesempatan yang lebih banyak. Akibatnya biaya persatuan yang ditanggung pembeli menjadi lebih tinggi atau mahal.

Biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba yang dengan kata lain, laba yang diperoleh semakin besar jika biaya (kerugian). Laba bersih dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak dengan beban pajak penghasilan.<sup>50</sup> Biaya promosi merupakan bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka memperkenalkan, memasarkan dan atau menganjurkan pemakaian suatu produk untuk mempertakankan atau meningkatkan penjualan. Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan

---

<sup>50</sup> Susilawati "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar di BEI)," *Jurnal Mannerss*, no 1 (2019), 29

informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar. Promosi Penjualan adalah merupakan kegiatan-kegiatan promosi yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen dan membantu pekerjaan penjualan dalam pemasaran.

Untuk melaksanakan kegiatan ini pastinya membutuhkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu biaya promosi adalah biaya yang digunakan untuk membiayai kegiatan promosi penjualan. Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Total biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan saat perusahaan melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran, iklan di media elektronik dan lain-lain.

### 3. Pengertian Penjualan

*Sale* (penjualan) merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai bahan pertimbangan. Di sisi lain penjualan merupakan penghasilan utama dari perusahaan dagang, perusahaan jasa lainnya. Penjualan kotor dilihat sebagai *gross sales* dan penjualan bersih dilihat sebagai *net sales*. Suatu penjualan dikatakan berhasil jika harga jual

barang lebih tinggi dibandingkan harga produksi, atau harga beli bagi perusahaan dagang.<sup>51</sup>

Penjualan adalah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun dalam rupiah.<sup>52</sup> Setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan omzet penjualannya. Sehingga akan mendapatkan laba penjualan semaksimal mungkin.

Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang-barang itu diproduksi atau dibeli untuk dijual, maka harus diusahakan sejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual. Oleh karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajukan penjualan, seperti periklanan, peragaan, dan sebagainya.<sup>53</sup>

Apabila penjualan meningkat, kemungkinan besar laba akan meningkat pula, begitu juga dengan sebaliknya apabila penjualan menurun, maka laba kemungkinan akan rendah.<sup>54</sup> Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan:

- 1) Harga jual Harga jual adalah harga persatuan atau unit atau per kilogram atau lainnya produk yang dijual di pasaran. Penyebab berubahnya harga jual adalah perubahan nilai harga jual per satuan.

---

<sup>51</sup> Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung: Alfabeta, 2015),99

<sup>52</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 305

<sup>53</sup> Basu Swasta san Ibnu Sukotjo, *Pengaruh Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2002), 183

<sup>54</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, 294

Dalam kondisi tertentu, harga jual dapat naik, tetapi dapat pula turun. Perubahan inilah yang menjadi penyebab perubahan laba bersih dari waktu ke waktu.

- 2) Jumlah barang yang dijual Jumlah barang yang dijual adalah banyak kuantitas atau jumlah barang (volume) yang dijual dalam suatu periode. Sudah pasti jika barang yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak, juga akan mempengaruhi peningkatan laba bersih. Demikian juga sebaliknya apabila kuantitas barang yang dijual sedikit, tentu kemungkinan akan terjadi penurunan penjualan.<sup>55</sup>

#### 4. Pengertian Laba

Labanya secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut.<sup>56</sup>

Labanya merupakan suatu indikator penting dari sebuah laporan keuangan yang memiliki berbagai kegunaan. Labanya pada umumnya dipakai sebagai suatu dasar pengambilan keputusan akuntansi investasi dan diprediksi untuk meramalkan labanya yang akan datang. Walaupun tidak semua perusahaan menjadikan *profit* sebagai tujuan utamanya tetapi dalam mempertahankan usahanya memerlukan labanya. Oleh karena itu, jumlah labanya yang dihasilkan dapat dipakai salah satu alat ukur efektivitas perusahaan karena labanya merupakan keuntungan yang diterima perusahaan

<sup>55</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, 305-306.

<sup>56</sup> Siti Holifatul Hasanah, Nurul Setianingrum “ Strategi Diferansi Guna Optimalisasi Labanya Penjualan Pada Produk Kerajinan Sangkar Burung Di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember” 2021.

kerena perusahaan telah melakukan pengorbanan untuk kepentingan pihak lain.

Laba (gain) adalah kenaikan modal (aktival bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atas kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi dari pemilik.<sup>57</sup> Laba merupakan hasil aktivitas operasi yang mengukur perubahan kekayaan pemegang saham selama satu periode dan mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (estimasi laba masa depan)<sup>58</sup>

Laba usaha adalah laba yang diperoleh sematamata dari kegiatan utama perusahaan. Laba atau rugi yang dapat diketahui apabila perusahaan telah menghentikan kegiatannya yang telah dilikuidasikan.<sup>59</sup> Dari pengertian diatas dapat disimpulkan “laba adalah hasil pengurangan pendapat dan beban-beban. Jika pendapatan tinggi dan biaya rendah maka perusahaan akan memperoleh keuntungan. Pendapatan mampu beban dicatat atas dasar actual, yaitu pada saat terjadinya, tidak peduli apakah sudah ada kas yang dihasilkan atau dikeluarkan oleh perusahaan. Pada kenyataanya, laba yang tinggi akibat penjualan yang lebih baik belum menjamin penerimaan yang baik juga pada perusahaan.

---

<sup>57</sup> Baridwa, Zaki, *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode* (Yogyakarta: YKPN, 2009), 3

<sup>58</sup> Hani, Syafrida, *Teknik Analisis Laporan Keuangan* (Medan: UMSU PRESS, 2015), 79

<sup>59</sup> SR, Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: Selemba Empat, 2009), 227

a) Jenis-jenis Laba

1. Laba kotor dapat diartikan sebagai laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama kali diperusahaan peroleh.<sup>60</sup>
2. Laba operasional dapat diartikan sebagai hasil dari aktivitas-aktivitas yang termasuk rencana perusahaan kecuali ada perubahan-perubahan besar dalam perekonomian dapat diharapkan akan tercapainya setiap tahun.<sup>61</sup>

Laba yang diperoleh perusahaan beda-beda sesuai urutan dan jenisnya. Untuk memudahkan manajemen dalam menentukan laba apakah yang dihasilkan oleh perusahaan. Laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan terlebih dahulu:

- a. Laba kotor atas penjualan merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan, lab ini dinamakan laba kotor hasil penjualan bersih belum dikurangi beban operasi lainnya untuk periode tertentu.
- b. Laba bersih operasi perusahaan yaitu laba kotor yang dikurangi yaitu dengan sejumlah, biaya administrasi dan umum.
- c. Laba bersih sebelum potongan pajak merupakan pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yaitu perolehan apabila laba operasi dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya-biaya.

<sup>60</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2012), 303

<sup>61</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, 303

d. Laba kotor setelah potongan pajak yaitu laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dengan pajak perseorangan.

b) Unsur dan Kegunaan Laba

Laba dalam suatu perusahaan harus diketahui jumlahnya, hal ini dianggap sangat penting karena laba merupakan informasi penting dalam suatu laporan keuangan.

Unsur-unsur laba sebagai berikut:

- 1) Pendapatan arus masuk atau peningkatan lainnya dalam aktiva entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi keduanya) selama satu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang penyerahan jasa.
- 2) Biaya aliran keluar atau pemakaian lain aktiva atau timbulnya utang (kombinasi keduanya) selama satu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang penyerahan jasa, atau dari pelaksanaan kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.
- 3) Penghasilan selisih dari penghasilan-penghasilan sesudah dikurangi biaya-biaya, bila pendapatan lebih kecil dari biaya selisih sering disebut rugi.
- 4) Keuntungan kenaikan aktival (modal bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha dan dari semua yang jarang terjadi dari suatu badan

dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu tahun, kecuali yang timbul dari penjualan aktiva tetap.

- 5) Rugi penurunan modal (aktiva bersih) dari transaksi samping atau transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode, kecuali yang timbul dari biaya atau distribusi pemilik contohnya adalah rugi penjualan surat berharga.
- 6) Harga perolehan jumlah uang yang dikeluarkan atau hutang yang timbul untuk perolehan barang atau jasa. Jumlah ini dapat terjadinya transaksi akan dicatat sebagai aktivasi. Misalnya pembeli mesin dan pembayaran uang muka sewa.<sup>62</sup>

c) Faktor-faktor yang mempengaruhi laba

Biaya-biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.<sup>63</sup>

Dua faktor yang mempengaruhi laba adalah pendapatan dan beban. Perusahaan memperoleh laba jika pendapatan yang diperoleh lebih besar dari biaya, sebagai upaya untuk menghasilkan dan meningkatkan laba, dapat diupayakan dengan berupaya untuk menghasilkan pendapatan melebihi biaya.<sup>64</sup> Faktor utama yang

<sup>62</sup> Bridwan, Zaki, *Intermediate Accounting* (Yogyakarta: BPFE, 2014), 29

<sup>63</sup> Mulyadi, *Auditing* (Jakarta: Selemba Empat, 2002), 513

<sup>64</sup> Hansen, Don R, *Managerial Accounting: Akuntansi Manajerial* edisi 8 dialih bahasakan oleh Deny Arnos Kwary (Jakarta: Selemba Empat), 47



mempengaruhi besar kecilnya laba adalah pendapatan. Setiap perusahaan tidak hanya berpatokan pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi. Tetapi juga harus difokuskan pengendalian terhadap beban. Untuk itu perusahaan diwajibkan untuk melakukan pengefisienan terhadap beban operasionalnya. Perusahaan dianggap baik apabila pendapatannya tinggi, perusahaan juga mengefisienkan beban yang dikeluarkan sehingga laba diperoleh akan lebih optimal juga.

## 5. Penjualan

### a. Pengertian penjualan

*Sale* (penjualan) merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang atau dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai bahan pertimbangan. Di sisi lain penjualan merupakan penghasilan utama dari perusahaan dagang, perusahaan jasa, ataupun perusahaan industri berupa hasil penjualan barang atau jasa lainnya. Penjualan kotor dilihat sebagai *gross sales* dan penjualan bersih dilihat sebagai *net sales*. Suatu penjualan dikatakan berhasil jika harga jual barang adalah lebih tinggi dibandingkan harga produksi, atau harga beli bagi perusahaan dagang.<sup>65</sup>

Penjualan adalah omzet barang atau jasa yang dijual. Baik *dalam unit* ataupun dalam rupiah.<sup>66</sup> Setiap perusahaan akan berusaha

<sup>65</sup> Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung: Alfabeta, 2015), 99

<sup>66</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: RajawaliPers, 2009), 305

meningkatkan omzet penjualannya, sehingga akan mendapatkan laba penjualan semaksimal mungkin.

Penjualan merupakan fungsi yang palig penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang ituju. Fungsi penjualan merupakan sumber pendapatan yang diperlukan utup menutup ongkos-ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang-barang itu diproduksi atau dibeli untuk dijual, maka harus diusahakansejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual. Oleh karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajuakn penjualan, seperti periklanan, peragaan, dan sebagainya.<sup>67</sup>

Apabila penjualan meningkat, kemungkinan besar laba akan *meningkat* pula, begitu juga sebaliknya apabila penjualan menurun, maka laba kemungkinan akan rendah.<sup>68</sup>

#### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

1) Harga jual merupakan persatuan atau unit atau perkilogram atau lainnya produk yang dijual dipasaran. Penyebab berubahnya harga jual adalah perubahan nilai harga jual persatuan. Dalam kondisi tertentu, harga jual dapat naik, tetapi dapat pula turun. Perubahan inilah yang menjadi penyebab perubahan laba bersih dari waktu ke waktu.

2) Jumlah barang yang dijual jumlah barang yang dijual adalah banyak kuantitas atau jumlah barang (volume) yang dijual dalam suatu

<sup>67</sup> Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2002), 183.

<sup>68</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, 294

periode. Sudah pasti jika barang yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak, juga akan mempengaruhi peningkatan laba bersih. Demikian juga sebaliknya apabila kuantitas barang yang dijual sedikit, tentu kemungkinan akan terjadi penurunan penjualan.<sup>69</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>69</sup> Kasmir, A305-306

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang dilandasi pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>70</sup>

Penelitian dengan metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.<sup>71</sup> Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan. Berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.<sup>72</sup> Penelitian ini menjelaskan pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas:

Obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang

---

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 15.

<sup>71</sup> Sugiyono, 110.

<sup>72</sup> Sugiyono, 13.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>73</sup>

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan jumlah seluruh perusahaan adalah 5 perusahaan. Berikut adalah populasi penelitian

**Tabel 3.1**  
**Populasi Penelitian**

No	Kode perusahaan	Nama perusahaan
1	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
2	HSMP	PT H.M Sampoerna Tbk
3	ITIC	PT Indonesia Tobacco Tbk
4	RMBA	PT Bentoel Internasional Investama Tbk
5	WIIM	PT Wisnilak Inti Makmur Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia, data di olah

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>74</sup> Dalam penelitian ini sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan tertentu.<sup>75</sup> Metode ini menentukan sampel menggunakan kesesuaian karakteristik dengan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel sebagai berikut:

- a. Perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2023

<sup>73</sup> Sugiyono, 130.

<sup>74</sup> Sugiyono, 131.

<sup>75</sup> Sugiyono, 138.

- b. Perusahaan rokok yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut dalam periode 2016-2023
- c. Perusahaan rokok yang tidak mengalami kerugian selama periode 2016-2023

Berdasarkan kriteria yang dijadikan sampel penelitian ini ada 4 perusahaan. Berikut daftar perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang akan menjadi sampel pada penelitian ini.

**Tabel 3.2**  
**Sampel penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
2	HSMP	PT H.M Sampoerna Tbk
3	ITIC	PT Indonesia Tobacco Tbk
4	WIIM	PT Wisnilak Inti Makmur Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia, data di olah

Alasan mengapa hanya ada 4 perusahaan rokok yang menjadi sampel penelitian karna pada populasi penelitian terdapat satu perusahaan yaitu RMBA (PT Bantoel Internasional Investama Tbk) tidak memenuhi kriteria penulis dalam penulisan skripsi ini, laporan laba rugi pada perusahaan rmba tidak tertera pada laporan tahunan perusahaan, dan dari ketiga variabel yang sudah ditetapkan sebagai kriteria penulisan ada beberapa Sebagian laporan keuangan tidak mencantumkan berapa biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan selama satu periode.

### **C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tekni dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk

memperoleh data informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa catatan laporan keuangan yang telah dipublikasi oleh perusahaan rokok. Sumber data penelitian ini diperoleh dari melalui website resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Dalam penelitian ini juga menggunakan studi Pustaka. Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan refresif lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari riteratur-literatur ilmiah. Data diperoleh dari data yang relwvan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi Pustaka lainnya seperti buku, jurnal, artikel, penelitian terdahulu.<sup>77</sup>

#### **D. Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa analisis, yang diuraikan sebagai berikut:

##### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan, atau penyusunan data dalam bentuk tabel numerik dan

---

<sup>76</sup> Sugiyono, 127.

<sup>77</sup> Sugiyono, 291.

grafik. Analisis ini umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi anatara lain berupa: frekuensi, tendensi sentral (rata-rata, median, modus), disperse (deviasi standar dan varian), dan koefisien korelasi antar variabel penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistic deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran construct yang digunakan dalam penelitian.<sup>78</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary *leas square* (OLS). Untuk memastikan bahwa model regresi yang diperoleh merupakan model yang terbaik, dalam hal ketepatan estimasi, tidak bias, serta konsisten, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik.<sup>79</sup> Uji asumsi klasik dapat dilakukan dengan beberapa pengukuran sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan distribusi data di setiap variable yang digunakan dalam analisis. Data terbaik yang cocok untuk analisis adalah informasi yang memiliki distribusi yang normal. *Probolity plot* dapat menunjukkan normalitas data. Jika sebuah titik-titik plot, elintasi sebuah diagonal baik itu dibagian dalam maupun

<sup>78</sup> Ikhsan, Arfan, *Metode Penelitian Untuk Akuntansi dan Manajemen* (Bandung: Citapustaka Mwdia, 2014), 150

<sup>79</sup> Juliandi A, dkk. *Metode Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Press), 2014,121.



diluar, hal ini mengidentifikasi bahwa distribusi posterior model terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini dalam menguji normalitas data peneliti menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov* dengan nilai signifikan 0,05.

- 1) Jika signifikan  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan  $H_0$  diterima yang berarti variabel berdistribusi normal
- 2) Jika signifikan  $< 0,05$  maka dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak yang berarti variabel tidak berdistribusi normal.<sup>80</sup>

b. Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$ . Autokorelasi muncul karena observasi yang beryrytan sepanjang tahun yang berkaitan satu dengan yang lainnya. Hal ini sering ditemukan pada *time series*. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dilakukan dengan uji *Durbin Watson*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*, yaitu:

- 1) Angka *Durbin-Watson* dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka *Durbin-Watson* diantara -2 sampai dengan 2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka *Durbin-Watson* diatas 2 berarti ada autokorelasi negatife.<sup>81</sup>

<sup>80</sup> Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018),161.

<sup>81</sup> Ananto, dkk. *Pengaruh Good Corporate Governance (CGC), Laverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Barang Konsumsi yang*

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dapat dinyatakan homoskedastisitas jika varian residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, sebaliknya model regresi dinyatakan heteroskedastisitas jika varian dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lain berbeda. Jadi model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain terjadinya model regresi homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan memperhatikan ada tidaknya pola tertentu pada grafik plot antara SRESID (residual) dan nilai prediksi variabel terikat atau dependen yaitu ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang sudah di standarisasi. Analisisnya adalah apabila ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka akan terjadi heteroskedastisitas.<sup>82</sup>

### d. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik semestinya tidak akan terjadi

---

*Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas. Volume 19, Januari 2017. Nomer 1.*

<sup>82</sup> Imam Ghozali. 137.

kolerasi diantara variabel independen. Dalam mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara memperhatikan angka Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Tolerance bertujuan untuk mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah maka sama dengan nilai VIF tinggi karena  $VIF = 1/Tolerance$ . Adapun nilai cut off yang biasanya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika tolerance  $\leq 0,10$  dan VIF  $\geq 10$  maka terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika tolerance  $\geq 0,10$  dan VIF  $\leq 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>83</sup>

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari analisis regresi linear berganda akan menguji seberapa besar pengaruh kepemilikan institusional, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Adapun persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.<sup>84</sup>

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

<sup>83</sup> Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 107.

<sup>84</sup> Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 157.

Keterangan:

Y = laba bersih

a = konstanta

$\beta$  = koefisien

X1 = produksi

X2 = promosi

X3 = penjualan

#### a. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu, 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>85</sup>

#### b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual (parsial) dalam menerangkan variabel dependen. Apabila nilai probabilitas

<sup>85</sup> Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 97

signifikannya lebih kecil dari 0, 05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan  $< 0, 05$  dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan  $> 0, 05$ .<sup>86</sup>

Dengan kriteria:

- 1) Jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  maka hipotesis diterima.
- 2) Jika  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka hipotesis ditolak.

Atau

- 1) Jika  $p \leq 0, 05$ , maka hipotesis diterima.
- 2) Jika  $p \geq 0, 05$ , maka hipotesis ditolak.

### c. Uji Simultan (Uji F)

Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) di mana jika nilai sig dibawah 0, 05 maka variable independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji F statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan

(Bersama-sama).<sup>87</sup>

Dengan kriteria :

- 1) Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka hipotesis diterima
- 2) Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka hipotesis ditolak

<sup>86</sup> Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015),229

<sup>87</sup> Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 228.

Atau

- 1) Jika  $p < 0,05$ , maka hipotesis diterima.
- 2) Jika  $p > 0,05$ , maka hipotesis ditolak.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan rokok yang terdaftar di BEI sejak tahun 2015 sampai dengan tahun 2023 dengan data laporan keuangan yang telah dipublikasi setiap tahunnya. Tercatat sebanyak 5 perusahaan yang terdaftar di BEI. Setelah melakukan Teknik purposive sampling (penentuan sampel dengan mempertimbangkan hal tertentu yang sudah ditetapkan, maka diperoleh 4 perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini pada periode 2015 sampai 2023. Berikut ini daftar perusahaan yang memenuhi kriteria.

**Tabel 4.1**  
**Daftar Sampel Penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
2	HMSP	PT H.M Sampoerna Tbk
3	ITIC	PT Indonesia Tobacco Tbk
4	WIIM	PT Wismilak Inti Makmur Tbk

Sumber : data diolah 2024

Alasan mengapa hanya ada 4 perusahaan rokok yang menjadi sampel penelitian karna pada populasi penelitian terdapat satu perusahaan yaitu RMBA (PT Bantoel Internasional Investama Tbk) tidak memenuhi kriteria penulis dalam penulisan skripsi ini, laporan laba rugi pada perusahaan rmba tidak tertera pada laporan tahunan perusahaan, dan dari ketiga variabel yang sudah ditetapkan sebagai kriteria penulisan ada

beberapa Sebagian laporan keuangan tidak mencantumkan berapa biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan selama satu periode.

## B. Penyajian Data

Penyajian data berisi tentang hasil pemikiran yang penting dari masing-masing variabel yang dicantumkan secara singkat namun bermakna dalam bentuk tabulasi data, angka statistik, tabel, atau grafik. Setiap variabel disampaikan dalam bentuk sub variabel tersendiri dengan merujuk kepada rumusan ataupun tujuan penelitian.<sup>88</sup> Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri variabel bebas (independen) yaitu biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan. Sedangkan variabel terikat (dependen) yaitu laba bersih.

### 1. Data Variabel Independen

#### a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap di jual. Biaya produksi dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai biaya bahan langsung, tenaga kerja dan overhead pabrik.<sup>89</sup> Biaya produksi dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai biaya bahan langsung, tenaga kerja dan overhead pabrik.<sup>90</sup> Berikut adalah data biaya produksi pada perusahaan rokok yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2015-2023

<sup>88</sup> Tim Penyusunan, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 82.

<sup>89</sup> Mulyadi, "*Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan Akademik Manajemen Perusahaan YKPN,2015), 181.

<sup>90</sup> Mulyadi, "*Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademik Manajemen Perusahaan YKPN,2015), 181.



**Tabel 4.2**  
**Biaya Produksi Perusahaan Rokok 2015-2023**  
 (dalam jutaan rupiah)

TAHUN	KODE PERUSAHAAN			
	GGRM	HMSM	ITIC	WIIM
2015	17,220,617	16,087,806		1.189.082
2016	17,181,017	15,275,043	52.670	1.069.655
2017	17,059,673	16,102,380	67.455	1.001.853
2018	1,696,277	17,085,772	76.943	991.989
2019	1,904,371	16,485,360	76.257	949.610
2020	2,066,637	15,151,984	107.002	1.421.530
2021	2,124,058	7,093,110	104.626	2.139.536
2022	2,110,588	7,483,663	177.895	2.895.622
2023	15,547,259	8,196,563	197.763	2.871.532

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) data diolah

#### b. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen langsung.<sup>91</sup> Biaya promosi juga meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi atau kegiatan untuk menjual produk perusahaan baik berupa barang atau jasa pada pembeli sampai pengumpulan piutan menjadi kas.<sup>92</sup>

**Tabel 4.3**  
**Biaya Promosi Perusahaan Rokok 2015-2023**  
 (dalam jutaan rupiah)

TAHUN	KODE PERUSAHAAN			
	GGRM	HMSM	ITIC	WIIM
2015	1,825,069	2,877,289		59.093
2016	2,178,251	2,742,104	51,877	74.759
2017	2,316,533	2,674,708	67,606	68.684
2018	2,460,651	2,495,852	77,722	83.027

<sup>91</sup> Freddy Rangkuti, "Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI" (Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 2013)

<sup>92</sup> Mulyadi S "Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Prespektif Pembangunan" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2014)

2019	2,649,820	2,564,203	77,981	73.815
2020	1,961,092	2,353,792	107,734	58.475
2021	2,132,922	1,288,694	104,713	79.542
2022	2,197,650	1,032,884	132,446	89.932
2023	2,185,359	1,119,685	202,091	98.346

Sumber : data diolah

### c. Penjualan

Penjualan adalah omset barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun dalam rupiah.<sup>93</sup> Setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan omset penjualannya, sehingga akan mendapatkan laba penjualan semaksimal mungkin. Berikut adalah data penjualan pada perusahaan rokok yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2015-2023:

**Tabel 4.4**  
**Penjualan Perusahaan Rokok 2015-2023**  
**(dalam jutaan rupiah)**

TAHUN	KODE PERUSAHAAN			
	GGRM	HMSP	ITIC	WIIM
2015	70,365,573	89,069,306		1.279.427
2016	76,274,147	95,466,657	82.016	1.176.493
2017	83,305,925	99,091,484	113.376	1.043.634
2018	95,707,663	106,741,891	134.518	963.851
2019	110,523,819	106,055,176	120.264	962.040
2020	114,477,311	92,425,210	179.037	1.368.626
2021	124,881,266	47,628,121	174.482	2.082.163
2022	124,682,692	53,505,474	279.179	2.915.527
2023	91,747,513	56,154,626	303.928	2.717.847

Sumber : data diolah

### d. Laba Bersih

Laba (*gain*) adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atas kejadian lain

<sup>93</sup> Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 82.

yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi dari pemilik.<sup>94</sup> Laba merupakan hasil aktivitas operasi yang mengukur perubahan kekayaan pemegang saham selama satu priode dan mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (estimasi laba masa depan).<sup>95</sup> Berikut data laba bersih perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

**Tabel 4.5**  
**Laba Bersih Perusahaan Rokok 2015-2023**  
**(dalam jutaan rupiah)**

TAHUN	KODE PERUSAHAAN			
	GGRM	HMSP	ITIC	WIIM
2015	6.452.834	10.363.308		131.081.111
2016	6.672.682	12.762.229	2.057.548	106.290.306
2017	7.755.347	12.670.534	8.671.868	40.589.790
2018	7.793.068	13.538.418	8.248.975	51.142.850
2019	10.880.704	13.721.513	1.464.178	27.328.091
2020	7.647.729	8.581.378	13.555.825	172.506.562
2021	5.605.321	4.133.981	18.368.616	176.877.010
2022	2.779.742	3.048.141	23.952.323	249.644.129
2023	5.324.516	3.750.044	26.963.627	441.788.982

Sumber : data diolah

### C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 1. Analisis Data

##### a. Uji Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan menggambarkan data tersebut. Statistic

<sup>94</sup> Badriwan, Zaki, *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode* (Yogyakarta: YKPN, 2009), 3

<sup>95</sup> Hani, Syafrida, *Teknik Analisis Laporan Keuangan* (Medan: UMSU PRESS, 2015), 79

deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari mean, maksimum, minimum dan standar deviasi dalam setiap variabel bebas yaitu biaya produksi, biaya promosi, penjualan dan variabel terikat yaitu laba bersih. Berikut ini adalah hasil dari uji deskriptif data panel dari seluruh sampel penelitian:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Produksi	32	5267.00	17220617.00	6034737.029	6895410.449
Promosi	32	51877.00	2877289.00	1158982.886	1123774.892
Penjualan	32	82016.00	124881266.00	47257150.43	48491385.46
Laba Bersih	32	1464.00	13721513.00	4142343.200	4751693.052
Valid N (listwise)	32				

Sumber: lampiran 4, data di olah 2024

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa rata-rata (*mean*) produksi 6034737.029 dari total sebanyak 4 perusahaan dengan standar deviasi sebesar 6895410.449 Nilai terendah promosi 5267.00, sedangkan nilai tertinggi sebesar 17220617.00 rata-rata (*mean*) promosi 5034737.029 dengan standar deviasi 1123774.892. Dimana nilai terendah promosi sebesar 51877.00 sedangkan nilai tertinggi sebesar 2877289.00.

Nilai rata-rata (*mean*) penjualan adalah sebesar 47257150.43 dengan standar deviasi sebesar 4891385.46, dimana nilai terendahnya adalah sebesar 82016.00 dan nilai tertinggi sebesar 124881266.00.

Laba bersih memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4433179.446 dengan standar deviasi sebesar 5000243.13699, dimana nilai terendah laba bersih adalah sebesar 1,46 dan nilai tertinggi sebesar 13721513.00.

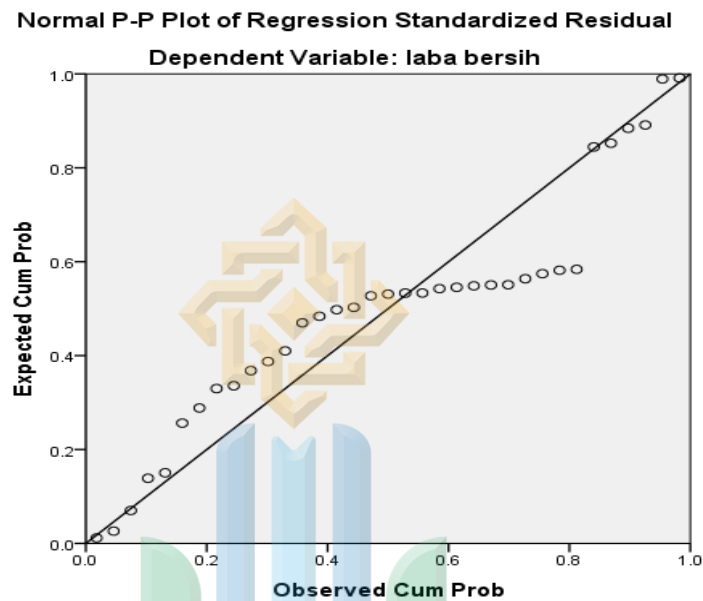
#### **b. Uji Asumsi Klasik**

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel. Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji ketepatan model regresi dengan sumber data yang digunakan data skunder. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas.

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, dikarenakan residual data yang distribusi normal merupakan salah satu syarat untuk melakukan Teknik analisis regresi. Berikut adalah uji normalitas yang dilakukan

**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**



Sumber : output SPSS 22, data di olah 2024

Data yang digunakan adalah data yang terdistribusi secara normal.

Gambar diatas menyajikan hasil uji normalitas P-Plot, dimana hasil tersebut menunjukkan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal yang berarti variabel distribusi secara normal. Dalam penelitian ini juga digunakan uji *kormogolov smirnov* untuk menambah tingkat keyakinan normalitas data.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Normalitas *Kormogolov Smirnov***

		Unstandardized Residual
N		35
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1557015.992
Most Extreme	Absolute	.241
Differences	Positive	.241
	Negative	-.126
Test Statistic		.241
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>

Sumber : lampiran 5, data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan hasil *kormogolov smirnov* sebesar 0,000 Berdasarkan uji normalitas dengan menilai grafik P-Plot dan tabel *kormogolov smirnov* dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusin secara normal.

## 2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk memastikan ada tidaknya korelasi antara kesalahan-kesalahan yang muncul pada data yang pengurutannya melalui waktu *time series*. Untuk mengetahui gejala autokorelasi dengan melihat statistic Durbin- Warson pada hasil estimasi regresi.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

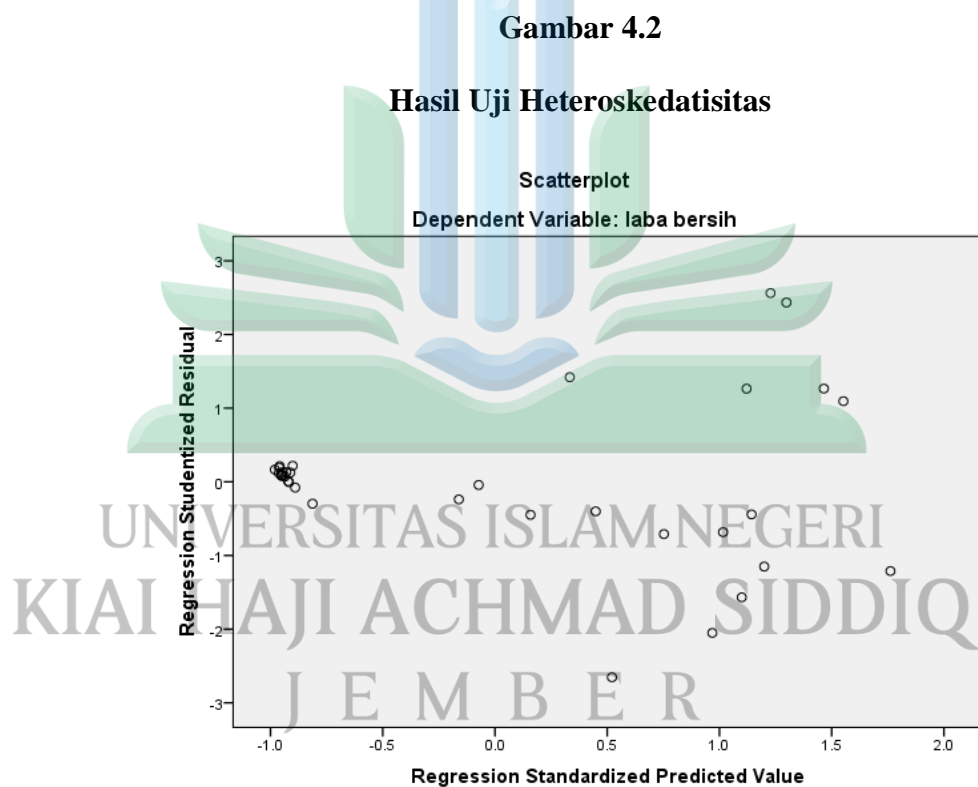
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 <sup>a</sup>	.895	.882	1630615.946	.785

Sumber : lampiran 5, data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watsson* sebesar 0.785 yang artinya nilai *Durbin Watson* tidak terjadi autokorelasi karena nilai *durbin Watson* berada di antara -2 sampai dengan 2.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan dari residual pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variabel dari residual dalam 2 pengamatan ditemukan perbedaan maka dapat disebut heteroskedastisitas, sedangkan pengamatan dikatakan baik jika tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dan p-value variabel independent lebih besar dari 0,05



Sumber : output SPSS 22, data diolah 2024

Grafik diatas menunjukkan bahwa tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi



heteroskedasitas pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 4) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji hubungan linier antar variabel independent dalam satu jenis regresi. Suatu data dapat dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas apabila nilai  $R^2$  tinggi dan uji t berpengaruh signifikan.

Berikut nilai  $R^2$  dan uji t statistik:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinearilitas**

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
Constant	-514544.365	401030.552		-1.283	.209		
Produksi	.074	.073	-.107	1.011	.320	.309	3.241
Promosi	4.965	1.174	1.174	3.865	.001	.038	26.649
Penjualan	-.033	.025	.333	-1.295	.205	.052	19.120

Sumber : Lampiran 5, data diolah 2024.

Tabel 4.9 menyajikan hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan bahwa variabel independent dalam penelitian ini memiliki *tolerance*  $\geq 0,1$  dan nilai *VIF*  $\leq 10$  yang artinya dalam model regresi yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas.

#### c. Uji Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (Biaya Produksi, Promosi dan Penjualan, terhadap variabel dependen (Laba Bersih). Berikut ini merupakan tabel analisis regresi linear berganda yang di olah menggunakan aplikasi program SPSS 22:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Linier Berganda**

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig
1	Constant	-514544.365	401030.552		-1.283	.209
	Produksi	.074	.073	.107	1.011	.320
	Promosi	4.965	1.285	1.174	3.865	.001
	Penjualan	-.033	.025	.333	-1.295	.205

Sumber : lampiran 6, data di olah 2024

Berdasar hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 4.10 maka diperoleh model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 157081.508 + -452 X_1 + 5,409 X_2 + 0,036 X_3$$

Keterangan :

Y = Laba Bersih

A = Konstant

B = Koefisien

X<sub>1</sub> = Produksi

X<sub>2</sub> = Promosi

X<sub>3</sub> = Penjualan

- 1) Dari tabel 4 nilai konstant -514544.365 yang mengidentifikasikan bahwa variabel independen (produksi, promosi, dan penjualan) adalah nol. Maka laba bersih akan terjadi sebesar -514544.365.
- 2) Dari tabel 4. nilai signifikan produksi sebesar 0,320 yang mana nilai tersebut lebih dari nilai signifikan sebesar 0,05 dengan nilai koefisien 0,074. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produksi berpengaruh terhadap laba bersih yang akan datang.

- 3) Dari tabel 4. nilai signifikan promosi sebesar 0,001 yang mana nilai tersebut kurang dari 0,05, dengan koefisien 4.965. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap laba bersih.
- 4) Dari tabel 4. nilai signifikan pada penjualan sebesar 0,205 yang mana nilai tersebut lebih dari 0,05, dengan koefisien regresi sebesar -0,033. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih yang akan datang. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan penjualan sebesar 1% maka laba bersih akan mengalami kenaikan.

Suatu model dikatakan cukup baik dan dapat digunakan dalam memprediksi apabila telah memenuhi uji asumsi klasik. Berdasarkan uji asumsi klasik dengan uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas diatas telah memenuhi, sehingga

Langkah selanjutnya untuk menjawab hipotesis baik secara simultan maupun persial.

#### **d. Uji Hipotesis**

Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi  $T_{hitung}$  dan  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $\alpha$  (5%) dan hipotesis ditolak bila nilai signifikansi  $T_{hitung}$  dan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $\alpha$  (5%)

- 1) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Bertujuan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variabel independent. Berikut ini hasil uji kofisien determinasi dalam penelitian ini :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,939 <sup>a</sup>	0,881	0,868	1817507.102

Sumber : lampiran 6, data diolah 2024

Data tabel 4.11 diketahui nilai **R Square** sebesar 0,868 atau 86,8% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel independent terhadap variabel dependen sebesar 86,8% dan sisanya 0,61%.

## 2) Uji t-statistik

Uji statistik t adalah pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas (independen) secara individual dalam menenrangkan variabel terikat (depeden). Uji ini ditunjukkan dengan kriteria yaitu apabila nilai hitung  $< t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka secara persial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan apabila nilai hitung  $< t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka secara variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig
1	Constant	-514544.365	401030.552		.1283	.209
	Produksi	-.074	.073	.107	1.011	.320
	Promosi	4.965	1.285	1.174	3.865	.001
	Penjualan	-.033	.025	-.333	-1.295	.205

Sumber : lampiran 6, data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.12 dapat disimpulkan mengenai uji T dari masing-masing variabel independent terhadap variabel depeden dalam penelitian ini sebagai berikut :

H<sub>1</sub>: Produksi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap laba bersih

Dari hasil uji yang telah dilakukan diperoleh bahwa nilai  $T_{hitung}$  sebesar 1,011 dengan nilai signifikansi sebesar 0,320 dimana nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel}$  yaitu sebesar 2,039 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama menyatakan bahwa produksi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap laba bersih.

H<sub>2</sub>: Promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap laba bersih

Dari hasil uji yang telah dilakukan diperoleh bahwa nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,865 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 dimana nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yaitu sebesar 2,039 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis kedua menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

H<sub>3</sub>: Penjualan berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap laba bersih

Dari hasil uji yang telah dilakukan diperoleh bahwa nilai  $T_{hitung}$  sebesar -1,943 dengan nilai signifikansi 0,205 dimana nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel}$  yaitu sebesar 2,039 dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hipotesis ketiga menyatakan penjualan berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap laba bersih.

### 3) Uji Simultan (F)

Uji F statistik bertujuan mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Berikut adalah hasil uji F :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Simultan (Uji f)**

Model		Sum of Square	df	Mean Square	Sig
1	Regression	6.852E+14	3	2.284E+14	85.906
	Residual	8.243E+13	31	2.659E+12	.000 <sup>b</sup>
	Total	7.677E+14	34		

Sumber: lampiran 6, data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji F yang telah dilakukan diperoleh bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 85.906 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  dengan nilai sebesar 2,91 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis 4 menyatakan bahwa biaya

produksi, promosi, dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis data penelitian yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh secara persial dan simultan dari variabel independent terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh:

**Tabel 4.14**  
**Hasil hipotesis**

No	Hipotesis	Sig	keterangan
H <sub>1</sub>	Produksi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap laba bersih	0,320	Hipotesis diterima
H <sub>2</sub>	Promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih	0,001	Hipotesis ditolak
H <sub>3</sub>	Penjualan berpengaruh tapi tidak signifikan	0,205	Hipotesis diterima
H <sub>4</sub>	Biaya produksi, promosi, penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih	0,000	Hipotesis diterima

Sumber: data diolah, 2024

##### 1. Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap laba bersih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,320 lebih kecil dari 0,05 yang berarti adanya pengaruh tapi tidak signifikan terhadap biaya produksi karena dalam hal ini perusahaan masi bisa membiayai kewajiban jika pendeknya. Hal ini menunjukkan apabila biaya produksi mengalami peningkatan maka laba bersih juga mengalami peningkatan begitupun sebaliknya.

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan proses produksi, termasuk bahan baku langsung, dan tenaga kerja

langsung dan overhead pabrik. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap di jual.<sup>96</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan Nurul Juwariyah dan Rosyati yang menyatakan biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Endang Susilawati yang menyatakan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih.

## 2. Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 yang berarti adanya pengaruh secara signifikan antara promosi dengan laba bersih hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan pada hasil uji linear berganda.

Suatu promosi yang tepat, akan sangat membantu dalam suatu penjualan yang akhirnya akan membantu pula suatu peningkatan laba bersih pada suatu perusahaan. Meningkatnya jumlah pembeli pada akhirnya akan menjadi bertambahnya volume penjualan dan juga profit perusahaan.

Hasil ini penelitian ini sejalan dengan penelitian I Made Ari Yuda, I Ketut Puja Wirja Sanjaya yang mengatakan bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Namun

---

<sup>96</sup> Mulyadi, "Akuntansi Biaya (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, 2015), 181.



bertentangan dengan Sri Agustini, SE yang menyatakan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba perusahaan.

### 3. Pengaruh penjualan terhadap laba bersih

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap laba bersih. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikan 0,205 yang lebih besar dari nilai 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penjualan berpengaruh namun tidak signifikan. Penjualan yang tinggi akan mendukung tingginya laba bersih dimana salah satu Langkah untuk mendapatkan laba yang besar adalah dengan memperhatikan penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Diana dan Ani Zahra yang menyatakan bahwa penjualan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap laba bersih. Namun penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Endah Saripah, Muhammad Nasim, Nevin Wijaya, Veronika yang menyatakan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Dalam perusahaan salah satu strategi agar memperoleh laba yang besar (laba bersih) yaitu dengan mengendalikan besar kecilnya penjualan.<sup>97</sup>

### 4. Pengaruh biaya produksi, promosi, dan penjualan terhadap laba bersih

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi, promosi, penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Hal ini

---

<sup>97</sup> S. Munawir, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty, 2014), 184

dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independent mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan hasil analisis yang telah dilakukan untuk menguji pengaruh biaya produksi, promosi, dan penjualan terhadap laba bersih, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya produksi berpengaruh namun tidak signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2023.
2. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2023.
3. Penjualan berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap laba bersih perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2023.
4. Biaya produksi, promosi dan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2023.

#### **B. Saran-Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka serana yang dapat diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan selanjutnya sebagai berikut:

1. Perusahaan rokok yang terdaftar di BEI tahun 2015-2023 untuk meningkatkan penjualan dan mengontrol biaya-biaya operasional perusahaan agar bisa seimbang
2. Perusahaan rokok yang terdaftar di BEI tahun 2015-2023 untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kemampuannya dalam membayar kewajiban jangka pendeknya.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah lebih banyak sampel dan jangka waktu yang lebih luas dan lama.
4. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai alat uji untuk pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.
5. Pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lain seperti biaya produksi, perputaran modal dan struktur modal sehingga dapat mengetahui apa saja komponen yang mempengaruhi laba bersih.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Slamet dan Sumarli. 2002. *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Industri Kecil Genteng Pres.* Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 12.
- Ananto, dkk. 2017. *Pengaruh Good Corporate Governance (CGC), Lverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.* Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas. Volume 19, No.1.
- Arfan, Ikhsan. 2014. *Metode Penelitian Untuk Akuntansi dan Manajemen.* Bandung: Citapustaka Mwdia.
- Baridwa Zaki. 2009. *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode* Yogyakarta: YKPN, No. 3.
- Baridwan, Zaki. 2014. *Intermeadit Accounting.* Yogyakarta: BPFE.
- Diakses tanggal 26 September 2022.
- Dafid Abu Hanifah dan Bambang Irawan “*Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Hubungannya Dengan Peningkatan Profitabilitas Pada Natde Coco”Provit”Di Jember*
- Fahmi, Irham. 2015. *Analisis Laporan Keuangan.* Bandung: Alfabeta.
- Hansen. *Managerial Accounting: Akuntansi Manajerial* edisi 8 dialih bahasakan oleh Deny Arnos Kwary. Jakarta: Selemba Empat.
- Imam, Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multiyrate dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliandi A, dkk. 2014. *Metode Penelitian Bisnis.* Medan: UMSU Press.
- Kasmir. 2009. *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta: RajawaliPers.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Kasmir. *Analisis laporan keuangan, Edisi 1, Cetakan 4.* Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Laili I. A. N. dan Nugroho S. N. 2022. *Pengaruh Biaya Produksi dan Promosi Terhadap Laba Bersih.* Jurnal competency of business, no 22.
- Moekijat. 2000. *Kamus Manajemen.* Bandung: CV Mandar Maju.

- Mulyadi S. 2014. *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Prespektif Pembangunan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi. 2002. *Auditing*. Jakarta: Selemba Empat.
- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta:STIE YKPN.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademik Manajemen Perusahaan YKPN.
- Panitia Penyusunan Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember. 2019. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Pendapatan Bea Cukai tahun 2022, <https://www.beacukai.go.id>
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- S. Munawir, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty, 2014), 184
- Sadono Sukirno. 2008. *Teori Pengantar Akuntansi*.
- Sadono Sukirno. 2013. *Teori Pengantar Ekonomi, ED.3*. Jakarta: Pt Rja Grafindo Persada.
- Siti Holifatul Hasanah, Nurul Setianingrum. 2021. *Strategi Diferensiasi Guna Optimalisasi Laba Penjualan Paada Produk Kerajinan Sangkar Burung Di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember*.
- SR, Soemarso. 2009. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Selemba Empat.
- Sri Agustin dan Supriyatna. 2020. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI 2016-2018*. STIE Auntansi, no.1.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*".
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanti Widhiastuti1, R. Dan Rama Satrya Nugraha. 2018. *Pengaruh Modal Intelektual, Biaya Promosi, dan Perputaran Persediaan Dalam*

*Mempengaruhi Profit Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan.*  
Jurnal Manajemen Kewirausahaan. Vol 15, No 02.

Susilawati, Endang. *Pengaruh Biaya Produksi, dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok PT.Gudang Garam Yang Terdaftar Di BEI Pada tahun 2011-2017.* Manners, no.1.

Susilawati, Endang. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih.* Jurnal Manners, Voll II, No. 1

Susilawati. 2019. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar di BEI.* Jurnal Mannerss, no 1.

Swastha. B dan Sukotjo. I. 2002. *Pengantar Bisnis Modern.* Yogyakarta: Liberty.

Syafrida, Hani. 2015. *Teknik Analisis Laporan Keuangan.* Medan: UMSU PRESS.

Syaifullah, Halim. 2011. *Buku Praktis Akuntansi Mudah Membuat Jurnal Dengan Pendekatan Siklus Transaksi-Transaksi.* Jakarta: Rajawali Pers.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta. Andi.

Wikipedia, Industri Rokok. 2022. [https://id.wikipedia.org/wiki/Industri\\_tembakau](https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_tembakau)

Zahra Ani dan Rachma. 2018 *Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih.* Jurnal Riset Manajemen, No. 2.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

### Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metedologi Penelitian	Focus Masalah
Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2022	<p>1. Variabel Independen:</p> <p>a. Biaya produksi (x1)</p> <p>b. Biaya promosi (X2)</p> <p>c. Penjualan (X3)</p> <p>2. Variabel Dependen: Laba Bersih (Y)</p>	<p>1. Biaya Material Langsung + Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung + Biaya Overhead Pabrik</p> <p>2. Biaya Periklanan + Biaya Promosi Penjualan</p> <p>3. Penjualan Kotor – (Retur Penjualan + Potongan Penjualan)</p> <p>4. (Pendapatan – Beban – Pajak)</p>	<p>1. Dokumentasi</p> <p>2. Sumber Data Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Data Sekunder Yang Diperoleh Secara Tidak Langsung Melalui Laporan Keuangan Yang Dapat Di Akses Melalui Situs (<a href="http://www.idx.co.id">www.Idx.Co.Id</a>)</p>	<p>1. Pendekatan Penelitian Kuantitatif</p> <p>2. Teknik Pengumpulan Data: Dokumentasi Dan Sampel</p> <p>3. Penentuan Populasi</p> <p>4. Teknis Analisis:</p> <p>a. Analisis Statistik Deskriptif</p> <p>b. Uji Asumsi Klasik</p> <p>c. Analisis Linier Berganda</p>	<p>1. Apakah Biaya Promosi Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2022?</p> <p>2. Apakah Biaya Produksi Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2022?</p> <p>3. Apakah Penjualan Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2022?</p> <p>4. Apakah Biaya Promosi, Biaya Produksi, dan Penjualan Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2022?</p>



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ismatud Diyana  
Nim : E20193061  
Prodi/Jurusan : Akuntansi Syariah/Ekonomi Islam  
Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi DAN Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2022”** bukan merupakan hasil plagiasi dan atau tidak mengandung unsur plagiat (*plagiasi*).

Jember, 28 Maret 2024  
Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



**Ismatud Diyana**  
NIM. E20193061



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/07/2024  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

22 Desember 2023

Kepada Yth.

**Ketua Jurusan Ekonomi Islam FEBI UIN KHAS Jember**

Jl. Mataram No. 01 Mangli Kaliwates Jember

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Ismatud Diyana  
NIM : E20193061  
Semester : IX (Sepuluh)  
Prodi : Akuntansi Syariah  
Judul : Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 205-2022

Mohon diizinkan untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 22 Desember 2023 – 23 Januari 2024 dengan mengambil data sekunder yang bersumber dari: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Demikian atas perkenannya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

A.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,

  
Nurul Widyawati Islami Rahayu



### SURAT KETERANGAN

Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Ismatud Diyana  
NIM : E20193061  
Semester : IX (Sepuluh)  
Prodi : Akuntansi Syariah  
Judul : Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2022

Telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, terhitung tanggal 22 Desember – 23 Januari 2024 dengan mengambil data dari: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 28 Maret 2023

An. Setgür

A.n. Dekan  
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Nurul Setia

Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I

## Jurnal Kegiatan Penelitian

Nama : Ismatud Diyana

Nim : E20193061

Judul : Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2022

No	Tanggal Kegiatan	Jenis Kegiatan
1.	11 November 2023	Mencari data keuangan perusahaan rokok berupa biaya produksi, promosi, dan penjualan tahun 2015-2022 pada website resmi IDX
2.	20 November 2023	Merekap data hasil perhitungan Biaya produksi, promosi, penjualan dan laba bersih
3.	14 Desember 2023	Mengolah data dalam SPSS 22
4.	15 Desember 2023	Melakukan analisis data
5.	18 Desember 2023	Selesai menganalisis

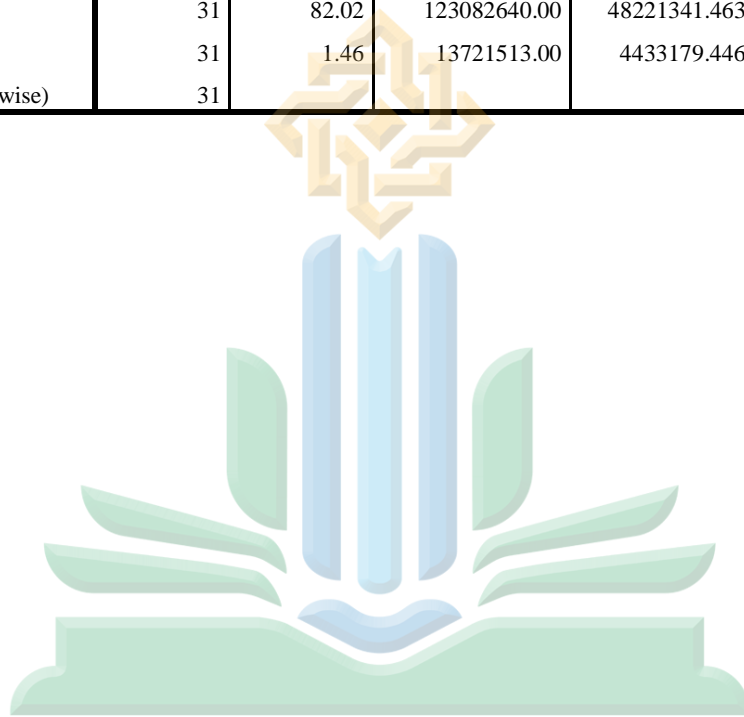
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Data Penelitian

Perusahaan	Tahun	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Penjualan	Laba Bersih
PT Gudang Garam Tbk.	2015	70,365,573	17,220,617	1,825,069	6,452,834
	2016	76,274,147	17,290,294	2,178,251	6,672,682
	2017	83,305,925	16,901,469	2,316,533	7,755,347
	2018	95,707,663	18,021,517	2,460,651	7.793.068
	2019	110,523,819	19,649,026	2,649,820	10.880.704
	2020	114,477,311	18,969,476	1,961,092	7.647.725
	2021	123,082,640	19,701,152	2,132,922	5.605.315
	2022	123,199,05	19,421,537	2,197,650	2.779.739
PT H.M Sampoerna Tbk.	2015	89,069,306	16,087,806	2,877,289	10,363,308
	2016	95,466,657	15,275,043	2,742,104	12,762,229
	2017	99,091,484	16,102,380	2,674,708	12,670,534
	2018	106,741,891	17,085,772	2,495,852	13,538,418
	2019	106,055,176	16,485,360	2,564,203	13,721,513
	2020	92,425,210	15,151,984	2,353,792	8,581,378
	2021	98,874,784	14,809,682	2,292,120	7,137,097
	2022	111.211.321	17,085,772	2,353,792	3,048,141
PT Indonesia Tobacco Tbk	2015				
	2016	82.016.907.402	51.877	52.670.202.789	2.057
	2017	113.376.514.168	67.606	67.455.850.875	7.844
	2018	100.692.133.077	77.722	76.943.033.636	40.663
	2019	120.264.512.404	77.981	76.257.549.308	1.464
	2020	179.037.054.983	107.734	107.002.767.102	13.112
	2021	174.482.098.958	104.713	104,626,349,894	16.239
	2022	207.600.442.438	132.446	132,446,451,085	1.948
PT Wismilak Inti Makmur Tbk	2015	1.279.427.333.869	1.189.082	59.093.826.965	13.108
	2016	1.176.493.799.658	1.069.655	74.759.713.791	106.290
	2017	1.043.634.733.778	1.001.853	68.684.696.817	40.589
	2018	963.851.587.401	991.989	83.027.736.231	51.142
	2019	962.040.733.573	949.610	73.815.844.737	2.732
	2020	1.368.626.457.514	1.421.530	58.475.398.000	17.250
	2021	2.082.163.021.095	2.139.536	79.542.470.630	176.877,00
	2022	2.915.527.324.652	2.895.622	89.932.035.061	24.964

## Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
produksi	31	51.88	19701152.00	9192862.1510	8508671.44272
promosi	31	52.67	2877289.00	1235931.8600	1218048.40745
penjualan	31	82.02	123082640.00	48221341.4632	50206123.47047
laba bersih	31	1.46	13721513.00	4433179.4468	5000243.13693
Valid N (listwise)	31				

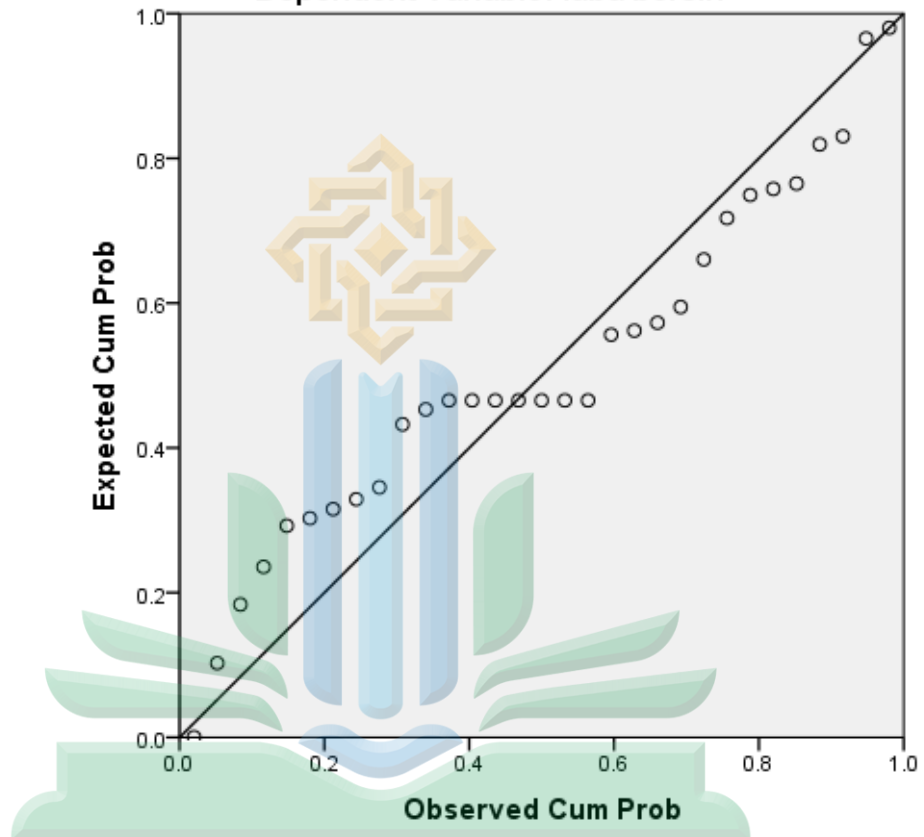


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Hasil Uji Asumsi Klasik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: laba bersih



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Uji Normalitas Kormogolov Smirnov

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1724238.6313015
Most Extreme Differences	Absolute	.4
	Positive	.153
	Negative	.117
Test Statistic		-.153
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153
		.062 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### Hasil Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

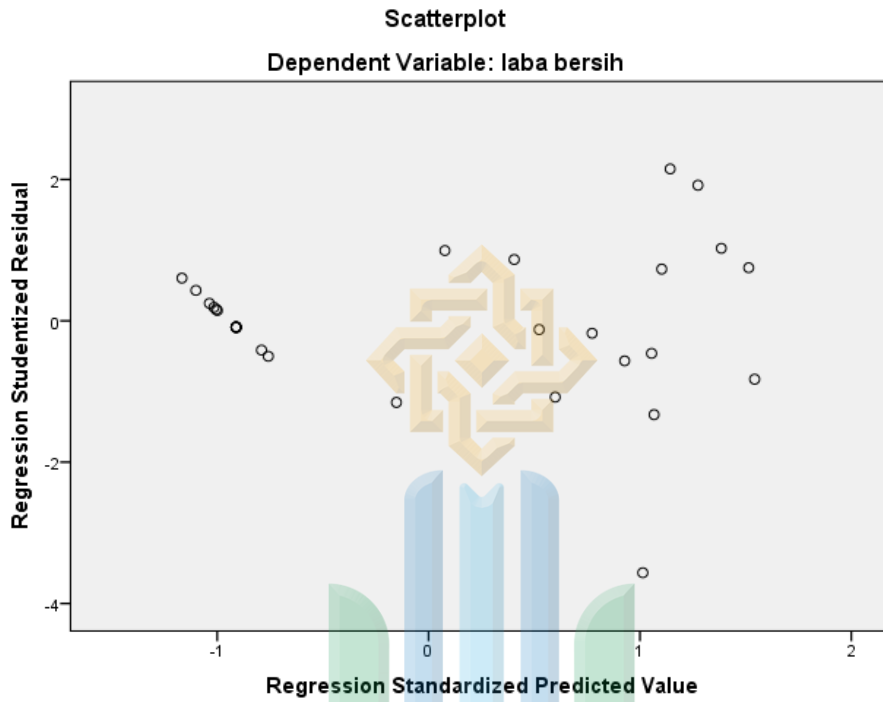
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 <sup>a</sup>	.881	.868	1817507.10152

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

b. Dependent Variable: laba bersih



## Hasil Uji Heteroskedasitas



## Hasil Uji Multikorelitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	157081.508	486419.992		.323	.749		
produksi	-.452	.154	-.768	-2.939	.007	.064	15.523
promosi	5.409	1.171	1.318	4.619	.000	.054	18.480
penjualan	.036	.019	.363	1.943	.062	.126	7.912

a. Dependent Variable: laba bersih

## Hasil Uji Regresi Linier Berganda

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 <sup>a</sup>	.881	.868	1817507.10152

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

b. Dependent Variable: laba bersih

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	157081.508	486419.992		.323	.749
	produksi	-.452	.154	-.768	-2.939	.007
	promosi	5.409	1.171	1.318	4.619	.000
	penjualan	.036	.019	.363	1.943	.062

a. Dependent Variable: laba bersih

### Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	660882977122127.200	3	220294325707375.750	66.689	.000 <sup>b</sup>
	Residual	89189965730178.250	27	3303332064080.676		
	Total	750072942852305.500	30			

a. Dependent Variable: laba bersih

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

*Tabel Distribusi T*

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72869	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68815
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

*Tabel Distribusi F*

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.78	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.48	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>




**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Ismatud Diyana  
NIM : E20193061  
Semester : 10 (sepuluh)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 31 Januari 2024  
Koordinator Prodi. Akuntansi Syariah,

  
Nur Ika Mauliyah M. Ak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Ismatud Diyana  
NIM : E20193061  
Program Studi : Akuntansi Syariah  
Judul : Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2022

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 28 Maret 2024  
Operator Turnitin  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

  
(Maryah Ulfah, M.E.I.)

## BIODATA PENULIS



### Daftar Diri :

Nama : Ismatud Diyana  
NIM : E20193061  
Tempat, Tanggal Lahir : Bonodwoso, 12 Agustus 2001  
Alamat : Desa Paguan Kec. Taman Krocok Kota Bondowoso  
Email : ismatudiyana83gmail.com  
Program Studi : Akuntansi Syariah  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Universitas : Ekonomi Islam dan Bisnis  
No Telpon : 085812725772

### Riwayat Pendidikan

1. SDN Paguan 02 2008-2013
2. MTSN Bondowoso 1 2013- 2016
3. MA AN NUR Bondowoso 2016-2019
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamad Siddiq Jember 2019