

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA BERSIH
(STUDI PERUSAHAAN ROKOK PT GUDANG GARAM TBK YANG TERDAFTAR
DI BEI PERIODE 2011-2017)**

Endang Susilawati

Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung

Email : endalaist@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of production costs and promotion costs to the net income of PT Gudang Garam Tbk for the period of 2011-2017. The type of research is descriptive by quantitative methods. The analysis uses hypothesis analysis, that the multiple linear regression analysis.

Based the results of research shows that the production and promotion costs influence to the net income simultaneously. Partially, production cost is not influence to the net income, but the promotion cost is influence to the net income of PT Gudang Garam for the period 2011-2017. The results of this research expected to be one information to maximize net income.

Keywords: Production Costs, Promotion Costs, Net Income

ABSTRAK

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.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi untuk memaksimalkan laba bersih.

Kata kunci : Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba Bersih

LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia usaha seiring dengan era globalisasi membuat persaingan semakin ketat. Adanya persaingan dalam dunia usaha untuk mencapai tujuan memaksa agar para manajemen perusahaan bisa mengambil suatu keputusan yang berkualitas. Tujuan perusahaan antara yang satu dengan yang lainnya belum tentu sama, tetapi secara umum tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba yang sebesar-besarnya, untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan agar segala kegiatan dalam perusahaan dapat berlangsung dengan baik (Fadillah, 2015).

Laba (*profit*) adalah selisih antara jumlah yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan dengan jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya alam dalam menghasilkan barang atau jasa tersebut. (Hariyani dkk, 2017). Menurut Hery (2016:267) laba bersih (*net income*) adalah “laba operasi ditambah pendapatan non operasi (seperti pendapatan bunga), dikurangi biaya non operasi (seperti biaya bunga), dan dikurangi pajak penghasilan.”

Perusahaan dalam mencapai target untuk tujuan mencapai laba salah satunya adalah dengan meminimalkan biaya-biaya yang

terjadi dalam proses produksi. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi baik biaya produksi maupun biaya operasional merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi laba. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (Mulyadi, 2012). Pada dasarnya masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan. Biaya produksi merupakan biaya untuk mengolah bahan menjadi barang jadi. (Rustami dkk, 2014). Hasil penelitian Djamilu (2013), Iswandi (2015) dan Fadillah (2015), menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati (2016) yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak ada pengaruh terhadap laba bersih.

Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen

mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya. (Wayan Bayu, 2014).

Promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya. Biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi. Promosi juga berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk sasaran untuk membelinya (Rustami dkk, 2014). Oleh karena itu, perusahaan selalu membangun komunikasi sebaik mungkin kepada konsumennya dan calon konsumennya melalui promosi. Sudah pasti perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualan untuk mendapatkan laba yang lebih besar. Promosi diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan meningkatnya penjualan, maka laba yang akan diperoleh meningkat juga. (Muhammad, 2016) Promosi dapat pula dikatakan sebagai aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk sasaran untuk membelinya. (Putu Rustami dkk, 2014). Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat,

perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk kemudian dipelihara dan dikembangkan. (Felicia , 2018). Untuk biaya promosi, penelitian Widnyana dkk (2014), Rustami dkk, (2014) menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih, penelitian yang sama dilakukan oleh Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati (2016) tetapi mempunyai hasil yang berbeda, hasil penelian tersebut menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya promosi terhadap laba bersih.

Perusahaan perlu memperhatikan pendapatan yang diterima dan pengeluaran yang dilakukan selama kegiatan operasi berlangsung agar perusahaan dapat menghasilkan laba yang diinginkan demi keberlangsungan usahanya.

Perusahaan PT Gudang Garam Tbk merupakan perusahaan rokok kretek terkemuka. Berdasarkan observasi awal terlihat adanya peningkatan dan penurunan pada laba bersihnya. Berikut data perbandingan laba bersih dari tahun 2011-2017 pada PT Gudang Garam Tbk untuk mengetahui bagaimana pemakaian biaya produksi dan biaya pemasaran serta pencapaian laba bersih pada tahun 2011-2017.

Laba bersih PT Gudang Garam Tbk (GGRM) tahun 2012 mengalami penurunan dibanding tahun 2011. Jika 2011 laba bersih perusahaan mencapai Rp 4,9 triliun, tahun 2012 hanya Rp 4,07 triliun. Sepanjang tahun 2013, perusahaan ini memperoleh kenaikan pendapatan sebesar 13% menjadi Rp 55,43 triliun.. Pada tahun 2014 sebesar Rp 5,3 triliun. Angka ini meningkat dibanding 2013 yang hanya sebesar Rp 4,3 triliun. Sepanjang tahun 2015 PT Gudang Garam Tbk mencatatkan peningkatan kinerja dengan membukukan laba bersih mencapai Rp 6,43 triliun, naik 19,05% dari capaian di tahun sebelumnya sebesar Rp5,4 triliun. PT Gudang Garam Tbk (GGRM) membukukan laba bersih tahun 2017 sebesar Rp 7,75 triliun. *Bottom line* tersebut bertumbuh 16,86% bila dibandingkan dengan laba bersih tahun 2016 sebesar Rp 6,59 triliun. Disini dapat di lihat bahwa dari periode 2011-2017, PT Gudang Garam hanya mengalami sekali penurunan laba bersih yaitu pada tahun 2012 dimana perusahaan tersebut mengalami penurunan laba bersih sebesar 17,9%. Jumlah penurunan laba bersih tersebut diduga karena dipengaruhi oleh peningkatan biaya produksi yang tinggi, serta kurangnya promosi. Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti tertarik

untuk membuat penelitian mengenai **“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)”**.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan paparan penulisan diatas maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih di PT Gudang Garam Tbk. Periode tahun 2011-2017?
2. Bagaimana pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih di PT Gudang Garam Tbk. Periode tahun 2011-2017?
3. Bagaimana pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih di PT Gudang Garam Tbk Periode tahun 2011-2017?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih di PT Gudang Garam Tbk Periode tahun 2011-2017 baik secara parsial dan simultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Biaya Produksi

Mulyadi (2012:16) mendefinisikan Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk, yang digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses.

V. Wiratna Sujarweni (2015:11) mengidentifikasi biaya produksi adalah jumlah dari biaya bahan baku ditambah biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya *Overhead* Pabrik. Adapun rumus biaya produksi adalah sebagai berikut :

(Assael, 2001 dalam Nurcahyo dan Hudrasyah, 2017).

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

Berdasarkan teori tersebut, menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba yang dengan kata lain, laba yang diperoleh semakin besar jika biaya produksi yang dikeluarkan semakin kecil. (Djamalu, 2013). Biaya produksi juga dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan profitabilitas yang

diupayakan oleh perusahaan (Rahmawati, dkk., 2014).

Dari hasil penelitian sebelumnya dapat dirumuskan hipotesis penelitian:

H₁: Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih

Biaya Promosi

Menurut Rangkuti (2013:56), “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”.

Rumus untuk menghitung biaya promosi menurut Philip Kotler diterjemahkan oleh Benyamin Molan (2007:23), adalah :

$$\text{Biaya Promosi} = \text{Biaya Periklanan} + \text{Biaya Promosi Penjualan}$$

Menurut Alma (2013: 157), pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat. Dengan adanya peningkatan penjualan, laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat.

Biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba yang dengan kata lain, laba yang diperoleh semakin besar jika biaya

produksi yang dikeluarkan semakin kecil. (Djamalu, 2013).

Penelitian Laki, dkk, (2019), menyatakan biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan secara tepat tentunya berpengaruh terhadap laba yang diterima oleh perusahaan. Karena semua perusahaan pastinya ingin meningkatkan dan berusaha untuk mendapatkan laba yang tinggi dengan tingkat penjualan yang lebih dan biaya promosi yang sesuai. Biaya promosi dapat diartikan biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi. biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. (Felicia , 2018).

Dari hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis penelitian:

H₂: Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih

Lab Bersih

Menurut Hery (2013:46), laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Transaksi ini diiktisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan

kerugian). Sedangkan Menurut Hery (2016:199), Laba bersih dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak dengan beban pajak penghasilan. Dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

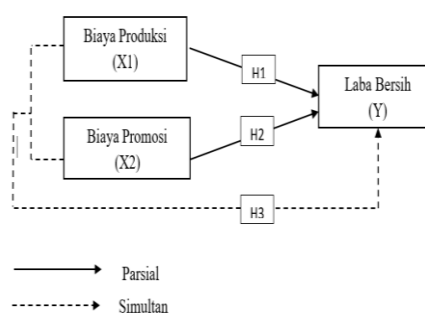
$$\text{Laba bersih} = \text{Laba sebelum pajak} - \text{Pajak penghasilan}$$

Penelitian ini akan menganalisis adanya pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba secara simultan. Mulyana (2017) menemukan adanya pengaruh secara simultan dari biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba .

Dari hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis penelitian:

H₃: Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih

Uraian diatas secara konseptual dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian adalah “cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran besarnya pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih. Menurut Wiratna Sujarweni (2014:29) statistik deskriptif adalah “pengolahan data yang bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sample atau populasi.”

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2017:8)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah biaya produksi sebagai X_1 dan biaya operasional sebagai X_2 , Sedangkan variabel independen yang akan diteliti yakni variabel Y adalah laba bersih.

Menurut Sugiyono (2017:59) variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dan variabel terikat menurut Sugiyono (2017:59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, yang terdiri dari data biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih PT Gudang Garam Tbk. periode 2011-2017. Data-data tersebut diperoleh dari laporan keuangan yang telah diaudit yang dipublikasikan PT Gudang Garam Tbk melalui website www.idx.co.id.

Menurut Kurniawan (2014:156), Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Pada penelitian ini menggunakan pengujian data berupa uji normalitas, uji autikorelasi, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Untuk menganalisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, menggunakan program *software IBM SPSS 25*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Produksi PT Gudang Garam Tbk tahun 2011-2017

Tabel I

Biaya Produksi

(disajikan dalam triliun rupiah)

Tahun	Biaya Produksi	Naik Turun	%
2011	9.996.619		
2012	12.701.504	2.704.885	27%
2013	14.517.870	1.816.366	14%
2014	17.242.165	2.724.295	19%
2015	17.147.672	-94.493	-1%
2016	17.290.294	142.622	1%
2017	16.901.469	-388.825	2%

Sumber : Laporan Keuangan PT. Gudang Garam Tbk. Periode 2011-2017

Peningkatan Biaya Produksi terbesar terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar Rp. 17.290.294, hal ini dipengaruhi oleh peningkatan jumlah produksi, kenaikan upah tenaga kerja pada tahun 2016. Sedangkan Biaya Produksi terendah terjadi pada tahun 2011 yaitu sebesar Rp. 9.996.619. Hal ini dipengaruhi karena belum tingginya biaya upah tenaga kerja, tarif listrik dan biaya lainnya yang terjadi dalam proses produksi.

Biaya Promosi PT Gudang Garam Tbk tahun 2011-2017

Tabel II

Biaya Promosi

(disajikan dalam triliun rupiah)

Tahun	Biaya Pemasaran	Naik Turun	%
2011	1.443.992		
2012	1.057.713	-386.279	-27%
2013	1.573.209	515.496	49%
2014	1.355.056	-218.153	-14%
2015	1.825.069	470.013	35%
2016	2.178.251	353.182	19%
2017	2.316.533	138.282	6%

Sumber : Laporan Keuangan PT. Gudang Garam Tbk. Periode 2011-2017

Biaya Promosi tertinggi terjadi pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp. 2.316.533, yang paling berpengaruh terhadap kenaikan Biaya Promosi pada tahun 2017 yaitu kenaikan pada biaya pengangkutan dan distribusi. Sedangkan Biaya Promosi terendah terjadi pada tahun 2012 yaitu sebesar Rp. 1.057.713, hal ini dipengaruhi oleh penurunan gaji, upah dan tunjangan dari tahun sebelumnya.

Lab Bersih PT Gudang Garam Tbk tahun 2011-2017

Tabel III

Labas Bersih

(disajikan dalam triliun rupiah)

Tahun	Labas Bersih	Naik Turun	%
2011	4.958.102		
2012	4.068.711	-889.391	-18%
2013	4.383.932	315.221	8%
2014	5.395.293	1.011.361	23%
2015	6.452.834	1.057.541	20%
2016	6.672.682	219.848	3%
2017	7.755.347	1.082.665	16%

Sumber : Laporan Keuangan PT. Gudang Garam Tbk. Periode 2011-2017

Perolehan Labas Bersih terbesar terjadi pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp. 7.755.347, hal ini dipengaruhi oleh tingginya pendapatan bunga pada PT. Gudang Garam Tbk. Sedangkan Labas Bersih terendah terjadi pada tahun 2012 yaitu sebesar Rp. 4.068.711. Hal ini dipengaruhi oleh menurunnya pendapatan bunga pada PT. Gudang Garam Tbk.

Analisis Deskriptif

Tabel IV

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Biaya Produksi	7	9.996.619	17.290.294	15.113.941,86
Biaya Promosi	7	1.057.713	2.316.533	1.678.546,14
Labas Bersih	7	4.068.711	7.755.347	5.669.557,29
Valid (listwise)	N7			

Hasil analisis deskripsi data statistik diatas dapat dilihat bahwa variabel Biaya Produksi memiliki nilai terendah 9.996.619 dan nilai tertinggi 17.290.294 dengan nilai rata-rata 15.113.941,86, variabel Biaya Promosi memiliki nilai terendah 1.057.713 dan nilai tertinggi 2.316.533 dengan nilai rata-rata 1.678.546,14, variabel Labas Bersih memiliki nilai terendah 4.068.711 dan nilai tertinggi 7.755.347 dengan nilai rata-rata 5.669.557,29.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel V
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Biaya Produksi
N		
Normal	Mean	15113941,86
	Std. Deviation	2856551,104
Most Extreme Differences	Absolute	,306
	Positive	,223
	Negative	-,306
Test Statistic		,306
Asymp. Sig. (2-tailed)		,047 ^c

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

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi (*Runs-Test*)

Tabel VI
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

		Unstandardized Residual
Test Value ^a		257901,29685
Cases < Test Value		3
Cases >= Test Value		4
Total Cases		7
Number of Runs		5
Z		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,952

a. Median

Berdasarkan tabel VI maka dapat dilihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* diperoleh = 0,952. Hasil nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* tersebut lebih dari 0,05, maka H₀ diterima dan H_A ditolak. Hal ini berarti data residual dapat dikatakan data penelitian terjadi secara random (acak) dan data sangat kuat karena 8-10 bernilai sangat kuat.

Uji Multikolinearitas

Tabel VII
Hasil Uji Multikolinearitas

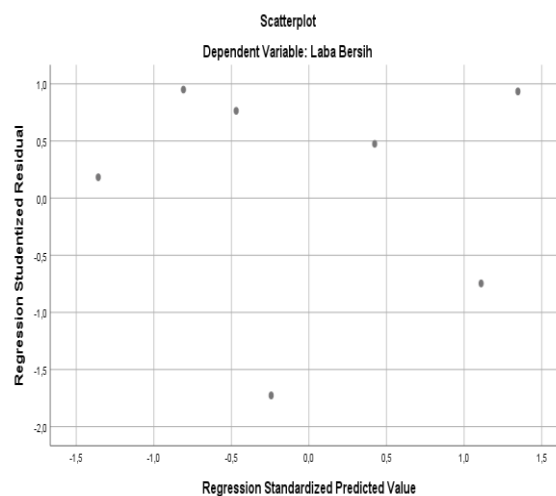
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Biaya Produksi	,650	1,538
	Biaya Promosi	,650	1,538

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan hasil tabel VII maka dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dan VIF Biaya Produksi sebesar 0,650 dan VIF 1,538. Biaya Promosi sebesar 0,650 dan VIF 1,538. Hasil tersebut menunjukkan nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka variabel penelitian dianggap bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar I
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar I tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel tidak mengandung adanya heteroskedastisitas, sehingga memenuhi persyaratan dalam analisis regresi.

Koefisien Korelasi (Berganda)

Tabel VIII
Analisa Korelasi Berganda

Model	R
1	,926 ^a

Berdasarkan tabel VIII diperoleh angka R sebesar 0,926. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel IX

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	,926 ^a	,858

- Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Biaya Produksi
- Dependent Variable: Laba Bersih

Dari hasil uji tersebut, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,858. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Biaya Produksi dan Biaya Promosi berkontribusi terhadap Laba Bersih sebesar 85,8%. Sedangkan sisanya 14,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model analisis penelitian ini.

Tabel X
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	365496,050	1369085,911
	Biaya Produksi	,087	,110
	Biaya Promosi	2,374	,691

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan tabel X dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 365.496,050 + 0,087X_1 + 2,374X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta pada tabel diatas yaitu sebesar 365.496,050, artinya jika variabel independen dianggap konstan, maka Laba Bersih yang dihasilkan sebesar 365.496,050;
- Koefisien regresi Biaya Produksi sebesar 0,087, artinya jika Biaya Produksi mengalami penurunan sebesar 1 rupiah akan menaikkan Laba Bersih sebesar 0,087 rupiah dan sebaliknya;
- Koefisien regresi Biaya Promosi sebesar 2,374, artinya jika Biaya Promosi mengalami penurunan sebesar 1 rupiah

akan menaikan Laba Bersih sebesar 2,374 rupiah dan sebaliknya.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel XI
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	,267	,803
Biaya Produksi	,796	,471
Biaya Promosi	3,435	,026

a. Dependent Variable: Laba Bersih

1. Hasil t hitung Biaya Produksi sebesar 0,796 sedangkan t tabel = 2,776, maka nilai t hitung < t tabel. Sementara nilai signifikansi t hitung variabel Biaya Produksi sebesar 0,471, artinya > 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka Biaya Produksi tidak berpengaruh terhadap Laba Bersih. $H_1 =$ ditolak.
2. Hasil t hitung Biaya Promosi sebesar 3,435 sedangkan t tabel = 2,776, maka nilai t hitung > t tabel. Sementara nilai signifikansi t hitung variabel Biaya Pemasaran sebesar 0,026, artinya < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih. $H_2 =$ diterima

Uji Simultan (Uji F)

Tabel XII
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1 Regression	12,051	,020 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

Berdasarkan tabel XII dapat dilihat hasil F hitung menunjukkan nilai sebesar 12,051 artinya lebih besar dari F tabel yaitu sebesar 5,79 dengan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih atau bisa dikatakan ada pengaruh secara simultan antara Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih. $H_3 =$ diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan hipotesis serta pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih di PT Gudang Garam Tbk periode

tahun 2011-2017, maka diperoleh hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih. Secara simultan hasil penelitian ini menunjukkan Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Djamalu, N. (2013). *Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 - 2012. Ekonomi dan Bisnis, I.*
- Fadillah Zainnah Ramadhan. 2015. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih.*
- Felicia. (2018). *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015*
- Hery. 2013. *Akuntansi Keuangan Menengah.* Yogyakarta: CAPS.
- Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition.* Jakarta. PT. Grasindo
- Iswandi, E. A. (2015, Desember). *Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Industri Logam yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*
- J.Widnyana, I. M. (2014). *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010 - 2012.* Jurusan Pendidikan Ekonomi, IV.
- Kurniawan, Albert 2014. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta
- Market Top Secret – Ramuan Sukses Bisnis Pasar Modal Indonesia.* Yogyakarta: ANDI
- Mulyana. Asep 2017. *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Lab Ausaha Samsung Co Tahun 2009-2015*
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. Alih Bahasa Benyamin Molan ,2007, *Manajemen Pemasaran,* Edisi Keduabelas, Jilid 1, PT. Indeks.
- Putra, Muhammad. (2016), *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi*

- Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih*
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Strategi Promosi Yang Efektif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustami, Putu dan I Ketut Kirya Wayan Cipta. 2014. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan terhadap Laba pada Perusahaan Kopi Bubuku Banyuwatis*.
- Serfiyani, Cita Yustisia., R. Serfianto D. Purnomo & Iswi Hariyani. 2017. *Capital*
- Siregar, S.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. (Cetakan 4)*. Jakarta: Kencana,g
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati. 2016. *Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Universitas Muhammdiyah Sukabumi Volume 5 Edisi 9. ISSN 2088696
- Wayan Bayu Wisesa, Anjuman Zuhri dan Kadek Rai Suwena. 2014. *pengaruh volume penjualan mente dan biaya operasional terhadap laba bersih pada UD. Agung Esha*. Singaraja, Indonesia.
- www.sahamok.com/emiten/sektor-industri-barang-konsumsi/sub-sektor-rokok/
- www.idx.co.id