

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kajian Teoretis

2.1.1.1 Biaya Produksi

2.1.1.1.1 Pengertian Biaya Produksi

Menurut Soemarso, biaya produksi (*production cost*) adalah biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama suatu periode. Biaya ini terdiri dari persediaan dalam proses awal ditambah biaya pabrik. Termasuk dalam biaya produksi adalah biaya-biaya yang dibebankan pada persediaan dalam proses pada akhir periode.

Menurut Sadono Sukirno (2016:208) biaya produksi ialah 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.

Menurut Mulyadi (2015:11), biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh fungsi produksi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi.

Biaya produksi merupakan keseluruhan dari biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang tujuannya dipergunakan untuk suatu proses produksi yang memiliki tujuan untuk menghasilkan suatu barang atau produk yang akan

diperjual-belikan, kemudian dari hasil pembelian atau pesanan produk tersebut akan meningkat hasil penjualan.

Biaya dalam fungsi produksi diartikan sebagai biaya yang dikeluarkan untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi. (Rosidah, E., 2015:6).

Berdasarkan beberapa pengertian biaya produksi diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya produksi ialah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan digunakan dalam proses produksi sehingga dari biaya tersebut akan menghasilkan produk atau barang yang akan diperjualkan dipasaran kemudian akan diperoleh hasil penjualan.

2.1.1.1.2 Unsur-unsur Biaya Produksi

Menurut Rosidah, E. (2015:13), biaya membuat produk meliputi :

1. Biaya bahan baku (BBB)

Bahan-bahan yang dapat secara nyata diidentifikasi secara langsung dengan produk. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan baku yang dipakai atau dikorbankan dalam proses produksi.

2. Biaya tenaga kerja langsung (BTKL)

Biaya pekerja yang benar-benar mengubah bahan baku menjadi barang jadi selama proses produksi. Biaya tenaga kerja langsung merupakan unsur dasar yang bersama-sama dengan biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik pada periode yang bersangkutan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi.

3. Biaya *overhead* pabrik (BOP)

Semua biaya produksi kecuali bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Pada umumnya, biaya *overhead* pabrik dapat didefinisikan sebagai biaya diluar biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak secara langsung dapat diikuti jejaknya ke dalam produk, sehingga pembebanannya pun tidak bisa secara langsung. Contohnya: tenaga kerja tidak langsung, biaya pabrikasi lain, penyusutan, asuransi, listrik, air dan yang lainnya.

Berdasarkan unsur-unsur biaya produksi tersebut, dapat disimpulkan bahwa rumus biaya produksi adalah sebagai berikut :

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

Menurut Dewi, S.P. dan Kristanto S.B. (2013:13), biaya produksi dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:

1. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah biaya perolehan semua bahan yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung atau upah langsung adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung. Istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk menunjuk tenaga kerja (karyawan) yang terlibat secara langsung dalam proses

pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja langsung meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis.

3. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik (biaya produksi tidak langsung) adalah seluruh biaya manufaktur yang terkait dengan objek biaya namun tidak dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis.

2.1.1.1.3 Sistem Pengumpulan dan Penentuan Biaya Produksi

Dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya, kelompok biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya nonproduksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan nonproduksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi dan umum. Secara garis besar, sistem pengumpulan dan penentuan biaya produksi dapat dibagi menjadi dua macam yaitu sistem harga pokok proses dan sistem harga pokok pesanan.

1. Sistem harga pokok proses

Menurut Rosidah, E. dalam buku Akuntansi Biaya (2015:83), sistem harga pokok proses adalah sistem pengumpulan biaya produksi melalui departemen produksi, yang diterapkan pada perusahaan yang berproses secara massal dan sejenis (homogen). Perusahaan yang menerapkan sistem harga pokok proses bersifat menyimpan produk jadinya di gudang sebagai persediaan (antisipasi

permintaan pelanggan). Pada sistem ini, harga pokok produk dihitung dengan cara mengakumulasi seluruh biaya yang telah dikeluarkan dengan membagi rata ke jumlah produk yang dihasilkan, sehingga pembebanan biaya pada semua unit produk sama besarnya. Karakteristik sistem harga pokok proses:

- a. Proses produksi bersifat terus-menerus/berkelanjutan/massal dan bersifat standar.
- b. Biaya produksi dikumpulkan dalam periode tertentu (bulan, tahun, dan sebagainya)
- c. Produksi sifatnya homogen atau satu jenis produk.
- d. Tujuan produksi untuk mengisi persediaan di gudang
- e. Produk jadi di departemen sebelumnya, biasanya merupakan bahan baku pada departemen selanjutnya.
- f. Produk yang belum jadi disimpan pada persediaan produk dalam proses.

Saat proses berakhir dan masih menyimpan produk dalam proses (karena belum selesai) maka merupakan persediaan barang dalam proses pada awal atau akhir periode.

Contoh perusahaan yang menerapkan sistem harga pokok proses yaitu perusahaan semen, gula, pabrik tekstil, dan sebagainya.

2. Sistem harga pokok pesanan (*job order accounting system*)

Sistem biaya pesanan adalah suatu sistem yang dirancang untuk menelusuri biaya pada kondisi banyak produk, pekerjaan atau tumpukan produksi yang berbeda dan diproduksi setiap periode. Sistem harga pokok pesanan memiliki ciri-ciri:

- a. Pekerjaan produksi dilakukan berdasarkan pesanan dengan spesifikasi yang jelas.
- b. Biaya produksi dihitung dan dicatat dalam kartu harga pokok pesanan (*job order cost sheet*).
- c. Perhitungan biaya per unit/pekerjaan/tumpukan produk dihitung berdasarkan jumlah biaya yang terkumpul dibagi dengan pesanan terkait, dan dilakukan setelah pesanan selesai.

Sistem harga pokok pesanan dipakai oleh perusahaan yang menghasilkan lebih dari satu produk dan bervariasi, baik dari sisi model, ukuran, bentuk, maupun kualitas. Sistem ini dirancang untuk pengendalian biaya perusahaan terhadap biaya produksi pesanan/pekerjaan individual, kontrak, tumpukan produk (*batch*) atau gugus produk. Catatan biaya akan dihitung berdasarkan pesanan tersendiri, yang akan diakumulasi pada saat pesanan produk tersebut selesai.

Ciri-ciri pengumpulan biaya produksi dalam harga pokok pesanan:

- a. Dipakai jika perusahaan memproduksi pekerjaan berdasarkan pesanan dan harga pokoknya dihitung secara individual.
- b. Biaya produksi dipisahkan menjadi biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
- c. Biaya produksi langsung terdiri atas: biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung dihitung berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi.

- d. Biaya produksi tidak langsung yaitu biaya *overhead* pabrik (BOP) yang dibebankan berdasarkan tarif yang ditentukan di muka.
- e. Perhitungan harga pokok per unit dilakukan saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan dengan jumlah unit yang dihasilkan.

Contoh perusahaan yang menerapkan sistem harga pokok pesanan yaitu perusahaan industri, jasa, perusahaan konstruksi bangunan, industri percetakan, dan jasa lainnya.

2.1.1.2 Biaya Promosi

2.1.1.2.1 Pengertian Biaya Promosi

Menurut Mulyadi (2014:530), biaya promosi adalah biaya yang meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi atau kegiatan untuk menjual produk perusahaan baik berupa barang atau jasa pada pembeli sampai pengumpulan piutang menjadi kas.

Menurut Rangkuti (2013), 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.

Pada hal ini, dapat disimpulkan bahwa biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi untuk menyampaikan produk jadi kepada konsumen sampai menjadi kas.

Rumus untuk menghitung biaya promosi adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya Promosi} = \text{Biaya Periklanan} + \text{Biaya Promosi Penjualan} + \text{Biaya } \textit{Public relations} + \text{Biaya } \textit{Personal selling} + \text{Biaya } \textit{Direct and online marketing}$$

2.1.1.2.2 Tujuan Promosi

Menurut Swastha (2008:349) dalam bukunya Manajemen Pemasaran Modern menyatakan bahwa promosi dapat diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Praktik promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan-tujuan berikut:

1. Modifikasi tingkah laku

Promosi berusaha merubah tingkah laku dan pendapat, dan memperkuat tingkah laku yang ada. Penjual (sebagai sumber) selalu berusaha menciptakan kesan baik tentang dirinya (promosi kelembagaan) atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.

2. Memberitahu

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal di dalam siklus kehidupan produk. Hal ini merupakan masalah penting untuk meningkatkan permintaan primer, sedangkan bagi konsumen, promosi yang bersifat informatif dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk membeli.

3. Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk (persuasif) diarahkan untuk mendorong pembelian. Promosi yang bersifat persuasif akan menjadi dominan jika produk yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan di dalam siklus kehidupannya.

4. Mengingat

Promosi yang bersifat mengingat dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan di dalam siklus kehidupan produk. Ini dapat juga berarti perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan pemasaran seperti menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik tentang suatu produk dan merek yang mereka jual dengan tujuan agar mendorong permintaan.

2.1.1.2.3 Pengelompokan Biaya Promosi

Perusahaan mengeluarkan beberapa biaya promosi dalam melakukan promosi penjualan. Berikut biaya-biaya promosi penjualan menurut Tjiptono (2015:399) :

1. Biaya Periklanan

Biaya periklanan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk segala bentuk presentasi dan promosi gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor yang teridentifikasi. Beberapa contohnya adalah iklan media

cetak, iklan media elektronik, kemasan, brosur, buklet, poster, *leaflet*, direktori, *billboards*, pajangan, *point-of-purchase*, simbol, logo, dan lain-lain.

2. Biaya Promosi Penjualan

Biaya promosi penjualan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk berbagai macam insentif jangka pendek yang dimaksudkan untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa. Contoh: Kontes, games, undian, produk sampel, pameran dagang, demonstrasi, kupon, rabat, pendanaan berbunga rendah, fasilitas tukar tambah, tie-ins dan lain-lain.

3. Biaya *Public relations*

Biaya *public relations* adalah biaya yang dikeluarkan untuk berbagai macam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Contoh: Pidato, seminar, *press kits*, laporan tahunan, donasi, *sponsorship*, publikasi, *lobbying*, *events*, majalah perusahaan, dan lain-lain.

4. Biaya *Personal selling*

Biaya *personal selling* yaitu biaya yang dikeluarkan untuk interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pembeli untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan mendapatkan pesanan. Contohnya presentasi penjualan, pertemuan penjualan, program insentif, produk sampel, dan pameran dagang.

5. Biaya *Direct and online marketing*

Biaya *direct and online marketing* merupakan biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan surat, telepon, fax, e-mail, internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan atau untuk mendapatkan respon langsung dari pelanggan dan calon pelanggan spesifik. Contoh: Katalog, surat, *telemarketing*, *electronic shopping*, TV *shopping*, *fax mail*, *e-mail*, *voice mail*, dan lain-lain.

2.1.1.3 Biaya Administrasi & Umum

2.1.1.3.1 Pengertian Biaya Administrasi & Umum

Bustami dan Nurlela (2013) menyatakan bahwa biaya operasional adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi tetapi hanya mencakup biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum. Berkaitan dengan pengertian ini, biaya administrasi & umum merupakan bagian dari biaya operasional.

Menurut Rudianto (2009:116), biaya administrasi & umum merupakan salah satu unsur pembentuk biaya operasional. Biaya administrasi & umum adalah biaya yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan.

Menurut Mulyadi (2015:14) dalam buku Akuntansi Biaya, biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Biaya administrasi dan umum merupakan biaya yang dikeluarkan oleh fungsi-fungsi lain selain fungsi produksi dan fungsi pemasaran. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan dan biaya *photocopy*.

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan. Biaya ini tergolong biaya yang tidak berubah dari waktu ke waktu, kecuali memang direncanakan untuk berubah. Biaya administrasi dan umum cenderung memiliki sifat tetap, sehingga relatif tidak dipengaruhi secara langsung oleh tingkat aktivitas tertentu dan cenderung dialokasikan dalam jumlah yang sama dari bulan ke bulan, kecuali terdapat rencana kerja yang khusus pada bulan tertentu.(Oktapia, N. et.al., 2017).

Supriyono (2001:250) mengatakan bahwa salah satu penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan aktivitas perusahaan (*Cost Classified Accounting to the Function of Business Activity*), fungsi biaya administrasi dan umum adalah fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berhasil guna dan berdaya guna. Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap biaya yang dikeluarkan perusahaan akan mengurangi laba yang diperolehnya, termasuk biaya administrasi dan umum.

Dari beberapa pengertian di atas, disimpulkan bahwa biaya administrasi & umum merupakan bagian dari biaya operasional yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan, yang dikeluarkan untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

2.1.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Biaya Administrasi & Umum

Menurut M. Munandar (2007:173) agar fungsi anggaran dapat berjalan dengan baik dan akurat, maka diperlukan data informasi dan

pengalaman yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan di dalam biaya administrasi dan umum antara lain:

1. Biaya penjualan, khususnya tentang jumlah dari masing-masing jenis barang yang akan dijual dari waktu ke waktu (bulan ke bulan) yang akan datang walaupun secara tidak langsung anggaran penjualan mempengaruhi besar kecilnya biaya administrasi.
2. *Budget* unit yang akan diproduksi, khususnya tentang jumlah dan masing-masing jenis barang yang akan diproduksi dari waktu ke waktu (bulan ke bulan) selama periode tertentu yang akan meningkatkan kesibukan di bagian produksi.
3. Berbagai standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang berkaitan dengan biaya administrasi dan umum (misalkan standar pemakaian bahan-bahan standar pemakaian listrik tersebut).
4. Sistem pembayaran upah (gaji) yang dipakai oleh perusahaan, khususnya yang dibayarkan kepada para karyawan di bagian administrasi.
5. Metode depresiasi yang dipakai oleh perusahaan khususnya depresiasi terhadap aktiva tetap yang ada dibagian lingkungan administrasi.

2.1.1.3.2 Analisis Biaya Administrasi & Umum

Menurut Tendi Haruman dan Sri Rahayu (2007:109) yang dimaksud biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi di bagian administrasi dan umum. Bagian ini pada umumnya merupakan bagian yang terdiri dari

beraneka ragam pekerjaan (selain pabrik dan penjualan), dan karena banyaknya sering disebut sebagai bagian umum. Sesuai dengan namanya yaitu bagian administrasi umum, maka bagian ini akan mengurus masalah-masalah administrasi perusahaan (kecuali administrasi penjualan dan administrasi pabrik) serta hal-hal lainnya yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan secara umum.

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan. Biaya ini tergolong biaya yang tidak berubah dari waktu ke waktu, kecuali memang direncanakan untuk berubah.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa indikator biaya administrasi dan umum adalah total biaya yang dikeluarkan bagian dalam perusahaan yang terdiri dari beraneka ragam pekerjaan dan tidak termasuk biaya-biaya yang dikeluarkan yang berhubungan dengan bagian pabrik dan penjualan.

2.1.1.4 Laba Bersih

2.1.1.4.1 Pengertian Laba Bersih

Menurut PSAK No.46 (paragraf 7) laba akuntansi adalah laba atau rugi bersih selama satu periode sebelum dikurangi beban pajak.

Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan dasar akuntansi akurat. Laba ini memberikan pengguna laporan keuangan sebuah ukuran ringkasan kinerja perusahaan secara keseluruhan selama periode berjalan dan setelah memperhitungkan besarnya pajak penghasilan.

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. Laba bersih dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak dengan beban pajak penghasilan.

Laba bersih ialah ukuran pokok keseluruhan keberhasilan suatu perusahaan. Laba dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan pinjaman dan pendanaan ekuitas, posisi likuiditas, perusahaan, dan kemampuan perusahaan untuk berubah. Jumlah keuntungan laba yang diperoleh secara teratur yang meningkat merupakan suatu faktor yang penting dalam menilai profitabilitas.

Laba bersih dapat dihitung sebagai berikut :

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

2.1.1.4.2 Jenis-jenis Laba

Menurut Sitepu (2005:29), laba terbagi kedalam empat jenis dalam kaitannya dengan laba rugi, yaitu:

a. Laba kotor.

Laba kotor merupakan selisih dari hasil penjualan dengan harga pokok penjualan

b. Laba Operasional.

Laba Operasional merupakan hasil dari aktivitas-aktivitas yang termasuk rencana perusahaan kecuali ada perubahan besar dalam perekonomiannya. Laba operasional dapat diharapkan akan dicapai setiap tahun.

Oleh karenanya, angka ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk hidup dan mencapai laba yang pantas sebagai jasa pada pemilik modal.

c. Laba sebelum dikurangi pajak atau EBT (*Earning Before Tax*) .

Laba sebelum dikurangi pajak merupakan laba operasi ditambah hasil dan biaya diluar operasi biasa. Bagi pihak-pihak tertentu terutama dalam hal pajak, angka ini adalah yang terpenting karena jumlah ini menyatkan laba yang pada akhirnya dicapai perusahaan.

d. Laba Setelah Pajak Atau Laba Bersih.

Laba Bersih merupakan laba setelah dikurangi berbagai pajak. Laba dipindahkan ke dalam perkiraan laba ditahan. Dari perkiraan laba ditahan ini akan diambil sejumlah tertentu untuk dibagikan sebagai dividen kepada para pemegang saham.

2.1.1.4.3 Elemen-elemen Laba

Menurut Prastowo (2011), terdapat empat elemen utama laba, yaitu pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), keuntungan (*gain*), dan kerugian (*loss*). Definisi dari elemen-elemen laba tersebut sebagai berikut:

a. Pendapatan (*revenue*), merupakan arus masuk atau peningkatan lain dari aktiva suatu entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi dari keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.

b. Beban (*expense*), merupakan arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan

atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.

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

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

2.1.2 Kajian Empiris

Penelitian ini dilakukan dengan merujuk pada beberapa penelitian sebelumnya, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Illa Alfatica Nur Laili dan Hendrato Setiabudi Nugroho (2022) “Pengaruh Biaya Produksi dan Promosi terhadap Laba Bersih” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan, biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.

Septi Nurawaliah, Sutrisno, dan Risma Nurmilah (2020) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap

Laba Bersih (CV NJ Food Industries)”, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan hubungan asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih, biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Dan secara simultan biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Djodi Setiawan dan Nova Setia Wisasa (2017) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Laba Bersih pada PT Adhikarya Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2014 ”, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa korelasi parsial antara biaya penjualan dengan laba bersih sangat rendah dan negative, korelasi parsial antara biaya penjualan dengan laba bersih sangat rendah dan negatif dan pengaruhnya tidak signifikan. Korelasi parsial antara biaya administrasi dan umum dengan laba bersih sangat kuat dan positif serta pengaruhnya signifikan. Korelasi secara simultan antar biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum dengan laba bersih sangat kuat dan positif dan pengaruhnya signifikan.

Asep Mulyana dan Endang Susilawati (2021) melakukan penelitian mengenai “*Administrative & General Costs on Net Profit*”, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih.

Dedi Suselo dan Miftahur Rohmah (2021) melakukan penelitian mengenai “*The Effect of Production Costs, Operational Costs, Marketing Costs and Promotional Costs on Net Profit with Sales Volume as Intervening Variables in PT Gudang Garam Tbk 2015-2019*”, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi, biaya operasional, biaya pemasaran, dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi, biaya operasional, biaya pemasaran, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Dick Wolters Marbun dan Bill Schara Marbun (2021) “*The Influence of Production Costs on Net Profit (Case Study on Automotive and Component Sub-Sector Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2019)*”, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih.

Windi Wahyuni Simanjuntak, Darwis Harahap, dan Zulaika Matondang (2022) “*Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Laba Bersih PT. Astro Agro Lestari Tbk*”, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Biaya administrasi dan umum berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Dan secara simultan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih.

Andri Hasmoro Kusumo Broto, Rusbiyanti Sripeni, dan Retno Windu Permatasari (2018) “ Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Administrasi Umum, dan Biaya Pemasaran terhadap Laba pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif signifikan terhadap laba. Biaya administrasi dan umum berpengaruh negatif signifikan terhadap laba. Biaya pemasaran berpengaruh negatif signifikan terhadap laba. Secara simultan biaya produksi, biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran berpengaruh negatif signifikan terhadap laba.

Naftalia Padang, Suwar Irnihsyah Irawan, Rifani Atika, Jenny Br.Manalu, dan Jessy Safitri Sitorus (2022) melakukan penelitian mengenai “*Effect of Production Costs, Promotional Costs, and Sales Volume on Net Profit in Manufacturing Companies*”, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, volume penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Endang Susilawati (2019) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017)”, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil

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.

Yulianus Viki Antono, Hendrik Suhendri dan Sri Andika Putri (2021) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019)”, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Begitupun secara simultan, biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Soleha Winny Adihesti (2022) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar pada BEI 2017-2021)” dengan menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih. Tetapi secara signifikan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, tetapi biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sector barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Susi Marni, Savriadi dan Tina Arfah (2021) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Piutang, Persediaan dan Biaya Administrasi Umum terhadap Laba pada PT. Karya Utama”, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial piutang, persediaan dan biaya administrasi umum berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap laba. Secara simultan terdapat pengaruh namun tidak signifikan antara piutang, persediaan dan biaya administrasi umum terhadap laba.

Estika Ria Ristanty dan Friska Kusuma Ningrum (2021) melakukan penelitian mengenai “Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)”, dengan metode yang digunakan yaitu kuantitatif dan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.

Aditya Achmad Fathony dan Rd. Yeni Tri Rahayu (2016) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Biaya Administrasi dan Umum terhadap Laba Operasional pada PT. Adhi Karya Tbk (Studi Empiris pada Salah Satu Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya administrasi umum terhadap laba operasional.

Felicia dan Robinhot Gultom (2018) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015”, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih dan biaya kualitas juga berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih. Demikian juga dengan biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih.

Y. Casmadi dan Rachma Faidatul Aulia (2021) melakukan penelitian mengenai “ Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan (pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2020)”, metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih.

Endang Susilawati (2021) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Penjualan dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih PT Martina Berto, Tbk Periode 2010-2020”, merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih. Secara parsial, penjualan berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Ika Nur Yuliana dan Isro'iyatul Mubarakah (2021) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pendapatan Pembiayaan *Mudharabah*, *Musyarakah*, dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada PT Bank BNI Syariah Tahun 2012-2019”, dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *mudharabah*, *musyarakah* mempunyai pengaruh terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan pendapatan pembiayaan *mudharabah*, *musyarakah*, dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.

Karen, Thomas Sumarsan Goh, Elidawati, dan Edison Sagala (2022) “*The Effect of Raw Materials Inventory, Fixed Assets, Short-Term Debt, and Production Costs on Net Profit PT Ervin Success Mujurindo*”, metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persediaan bahan mentah, aset tetap, dan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan utang jangka pendek berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan, persediaan bahan mentah, aset tetap, utang jangka pendek dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu
dengan Penelitian Penulis

No.	Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1	Illa Alfatica Nur Laili dan Hendrato Setiabudi Nugroho (2022) “Pengaruh Biaya Produksi dan Promosi terhadap Laba Bersih”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel independen biaya promosi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel independen biaya administrasi dan umum 	Biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan, biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.	<i>Journal Competency of Business</i> Vol 6 No 2 E-ISSN: 2777-1156.
2	Septi Nurawaliah, Sutrisno, dan Risma Nurmilah (2020) “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih (CV NJ Food Industries)”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen Biaya Produksi • Alat analisis regresi linier berganda • Variabel dependen laba bersih 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen Biaya Pemasaran. 	Biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih. Biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.	Jurnal Proaksi Vol 7 No 2. p-ISSN : 2089-127X. e-ISSN : 2685-9750
3	Djodi Setiawan dan Nova Setia Wisasa (2017) “Pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Laba Bersih pada PT Adhikarya Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2014 ”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya administrasi dan umum. • Variabel dependen Laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya penjualan 	Korelasi parsial antara biaya penjualan dengan laba bersih sangat rendah dan negatif korelasi parsial antara biaya penjualan dengan laba bersih sangat rendah dan negatif dan pengaruhnya tidak signifikan. Korelasi parsial antara biaya administrasi dan umum dengan laba bersih sangat kuat dan positif serta pengaruhnya signifikan. Korelasi secara simultan antara biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum dengan laba bersih sangat kuat dan positif dan pengaruhnya	Jurnal Ilmiah Akuntansi FE Unibba Vol 8 No 2. ISSN 2086-4159.

				signifikan.	
4	Asep Mulyana dan Endang Susilawati (2021) “ <i>Administrative & General Costs on Net Profit</i> ”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya administrasi dan umum. • Variabel dependen laba bersih 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis regresi linear sederhana 	Biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih.	Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi Vol 7 No 1. ISSN : 2460-030X.
5	Dedi Suselo dan Miftahur Rohmah (2021) “ <i>The Effect of Production Costs, Operational Costs, Marketing Costs and Promotional Costs on Net Profit with Sales Volume as Intervening Variables in PT Gudang Garam Tbk 2015-2019</i> ”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi. • Variabel independen biaya promosi. • Variabel dependen laba bersih. • Alat analisis regresi linier berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya operasional. • Variabel independen biaya pemasaran. • Variabel intervening volume penjualan • Alat analisis jalur. 	Secara parsial biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi, biaya operasional, biaya pemasaran, dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.	<i>Balance: Journal of Islamic Accounting</i> Vol 02 No 02.
6	Dick Wolters Marbun dan Bill Schara Marbun (2021) “ <i>The Influence of Production Costs on Net Profit (Case Study on Automotive and Component Sub-Sector Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2019)</i> ”,	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel dependen laba bersih 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis regresi linier sederhana 	Biaya produksi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih.	JTIMB Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis Vol 4 No 2.
7	Windi Wahyuni Simanjuntak, Darwis Harahap, dan Zulaiqa Matondang (2022) “Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Laba Bersih PT. Astro Agro Lestari Tbk”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya administrasi dan umum • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya pemasaran 	Biaya pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Biaya administrasi dan umum berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Dan secara simultan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih.	PROFJES Profetik Jurnal Ekonomi Syariah Vol 1 No 1.

8	Andri Hasmoro Kusumo Broto, Rusbiyanti Sripeni, dan Retno Windu Permatasari (2018) “ Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Administrasi Umum, dan Biaya Pemasaran terhadap Laba pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel Independen biaya administrasi dan umum • Alat analisis regresi linier berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya pemasaran. 	Biaya produksi berpengaruh negatif signifikan terhadap laba. Biaya administrasi dan umum berpengaruh negatif signifikan terhadap laba. Biaya pemasaran berpengaruh negatif signifikan terhadap laba. Secara simultan biaya produksi, biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran berpengaruh negatif signifikan terhadap laba.	EKOMAKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi; ISSN: 2302-4747.
9	Naftalia Padang, Suwar Irnihsyah Irawan, Rifani Atika, Jenny Br.Manalu, dan Jessy Safitri Sitorus (2022) “ <i>Effect of Production Costs, Promotional Costs, and Sales Volume on Net Profit in Manufacturing Companies</i> ”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel independen biaya promosi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen volume penjualan 	Biaya produksi dan biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, volume penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.	Jurnal Ipteks Terapan Vol 16 No 3. ISSN : 1979-9292. E-ISSN : 2460-5611.
10	Endang Susilawati (2019) “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017)”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel independen biaya promosi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel independen biaya administrasi dan umum 	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.	Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung Vol 2 No 1

11	Yulianus Viki Antono, Hendrik Suhendri dan Sri Andika Putri (2021) “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019)”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel independen biaya promosi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel independen biaya administrasi dan umum 	Secara parsial biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Begitupun secara simultan, biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.	<i>INVENTOR Y:Jurnal Akuntansi</i> Vol 5 No 2. ISSN : 2597-7202. ISSN : 2613-912X.
12	Soleha Winny Adihesti (2022) “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar pada BEI 2017-2022)”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel independen biaya promosi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel independen biaya administrasi dan umum 	Biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih. Tetapi secara signifikan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, tetapi biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sector barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).	<i>Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister</i> Vol 1 No 1
13	Susi Marni, Savriadi dan Tina Arfah (2021) “Pengaruh Piutang, Persediaan dan Biaya Administrasi Umum terhadap Laba pada PT. Karya Utama”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen biaya administrasi umum • Variabel dependen laba • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen piutang • Variabel independen persediaan 	Secara parsial piutang, persediaan dan biaya administrasi umum berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap laba. Secara simultan terdapat pengaruh namun tidak signifikan antara piutang, persediaan dan biaya administrasi umum terhadap laba.	<i>Jurnal Rekaman</i> Vol 5 No 2. e-ISSN : 2598-8107. p-ISSN : 2620-9500.

14	Estika Ria Ristanty dan Friska Kusuma Ningrum (2021) “Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel independen biaya promosi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel independen biaya administrasi dan umum 	Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.	Jurnal Inovasi Masyarakat Vol 01 No 02. p-ISSN : 2797-1171. e-ISSN : 2776-0235.
15	Aditya Achmad Fathony dan Rd. Yeni Tri Rahayu (2016) “Pengaruh Biaya Administrasi dan Umum terhadap Laba Operasional pada PT. Adhi Karya Tbk (Studi Empiris pada Salah Satu Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen biaya administrasi dan umum • Variabel dependen laba operasional 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel independen biaya produksi dan biaya promosi • Alat analisis regresi linier sederhana 	Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya administrasi umum terhadap laba operasional.	Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol 7 No 2. ISSN 2086-4159.
16	Felicia dan Robinhot Gultom (2018) “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen biaya produksi • Variabel Independen Biaya Promosi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen biaya kualitas 	Secara simultan biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih dan biaya kualitas juga berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih. Demikian juga dengan biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih.	Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix Vol 1 No 1. p-ISSN: 2622-5204. e-ISSN: 2622-5190.

17	Y. Casmadi dan Rachma Faidatul Aulia (2021) "Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan (pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2020)"	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen biaya promosi • Variabel Independen laba bersih 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis regresi linier sederhana 	Biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih.	Jurnal Akuntansi Vol 14 No 2. ISSN : 1979-8334.
18	Endang Susilawati (2021) "Pengaruh Penjualan dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih PT Martina Berto, Tbk Periode 2010-2020"	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya promosi • Variabel dependen laba bersih 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen penjualan 	Penjualan dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih. Secara parsial, penjualan berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.	<i>Journal Management, Business, and Accounting</i> Vol 20 No 3. p-ISSN 2086-5090. e-ISSN : 2655-8262.
19	Ika Nur Yuliana dan Isro'iyatul Mubarakah (2021) "Pengaruh Pendapatan Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada PT Bank BNI Syariah Tahun 2012-2019",	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya promosi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen pendapatan pembiayaan mudharabah dan musyarakah. 	Secara parsial mudharabah, musyarakah mempunyai pengaruh terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan pendapatan pembiayaan mudharabah, musyarakah, dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol 5 No 01. e-ISSN: 2614-8838. p-ISSN: 2356-1866.
20	Karen, Thomas Sumarsan Goh, Elidawati, dan Edison Sagala (2022) "The Effect of Raw Materials Inventory, Fixed Assets, Short-Term Debt, and Production Costs on Net Profit PT Ervin Success Mujurindo."	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen biaya produksi • Variabel dependen laba bersih • Alat analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen Persediaan Bahan Mentah. • Variabel independen Aset Tetap. • Variabel Independen Utang Jangka Pendek. 	Secara parsial persediaan bahan mentah, aset tetap, dan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan utang jangka pendek berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan, persediaan bahan mentah, aset tetap, utang jangka pendek dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.	Jurnal Ekonomi, Vol 11 No 02. p-ISSN: 2301-6280. e-ISSN: 2721-9879.

Ariana Septiani (2023) 183403038

Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Administrasi & Umum terhadap Laba Bersih (Survei pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

2.2 Kerangka Pemikiran

Perusahaan merupakan bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba. Menurut PSAK No.46 (paragraf 7) laba akuntansi adalah laba atau rugi bersih selama satu periode sebelum dikurangi beban pajak. Sedangkan 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. (Hery, 2016:267). Perusahaan manufaktur sebagai salah satu jenis perusahaan dengan kegiatan utama membeli barang yang kemudian diolah menjadi barang jadi siap jual juga berorientasi pada laba. Dengan kegiatan utamanya mengolah bahan baku menjadi barang jadi siap jual, perusahaan manufaktur mengeluarkan berbagai macam biaya dalam prosesnya. Berdasarkan fungsinya, biaya dikelompokkan menjadi tiga, yaitu fungsi operasi keluar, fungsi produksi, dan fungsi operasi ke dalam. Fungsi operasi ke luar berkaitan dengan kegiatan perusahaan dalam menjual produknya. Contoh biaya dari fungsi ini adalah biaya promosi. Fungsi produksi berkaitan dengan kegiatan produksi perusahaan, contoh biayanya yaitu biaya produksi. Fungsi operasi ke dalam berkaitan untuk mengendalikan perusahaan, contoh biayanya adalah biaya administrasi & umum.

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi. Menurut Sukirno, S. (2016:208) biaya produksi ialah 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. Menurut Rosidah, E. (2015:13), biaya untuk membuat produk terdiri dari tiga macam, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Berdasarkan unsur-unsur biaya produksi tersebut, disimpulkan bahwa indikator dari biaya produksi yaitu total dari biaya bahan baku ditambah biaya tenaga kerja ditambah biaya *overhead* pabrik.

Menurut Suharya Y., et.al., biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan dengan pengaruh yang negatif. Semakin tinggi biaya produksi maka semakin rendah laba yang diperoleh perusahaan. Menurut Mulyadi (2014:121) jika biaya produksi diturunkan maka yang akan terjadi adalah tingkat laba bersih akan naik. Jika tingkat laba naik, maka anggaran biaya di masa yang akan datang akan naik pula. Selanjutnya menurut Munawir (2010:217), efisiensi biaya produksi akan mempengaruhi peningkatan laba pada perusahaan. Menurut hasil penelitian Septi Nurawaliah, Sutrisno, dan Risma Nurmilah (2020), biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih, dan secara bersama-sama dengan biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Andri Hasmoro Kusumo Broto, Rusbiyanti Sripeni, dan Retno Windu Permatasari (2018), bahwa biaya produksi berpengaruh negatif signifikan terhadap laba, dan secara simultan biaya produksi bersama-sama dengan biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran berpengaruh negatif signifikan terhadap laba. Sedangkan menurut Felicia dan Robinhot Gultom (2018) menjelaskan bahwa biaya produksi berpengaruh positif

dan signifikan terhadap laba bersih, dan secara simultan dengan biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Selain biaya produksi, laba bersih juga dapat dipengaruhi oleh biaya lain di luar fungsi produksi. Salah satunya yaitu biaya promosi. Biaya promosi merupakan biaya yang meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi atau kegiatan untuk menjual produk perusahaan baik berupa barang atau jasa pada pembeli sampai pengumpulan piutang menjadi kas. (Mulyadi, 2014:530). Biaya-biaya promosi penjualan menurut Tjiptono (2015:399) terdiri dari biaya periklanan, biaya promosi penjualan, biaya *public relations*, biaya *personal selling*, biaya *direct and online marketing*.

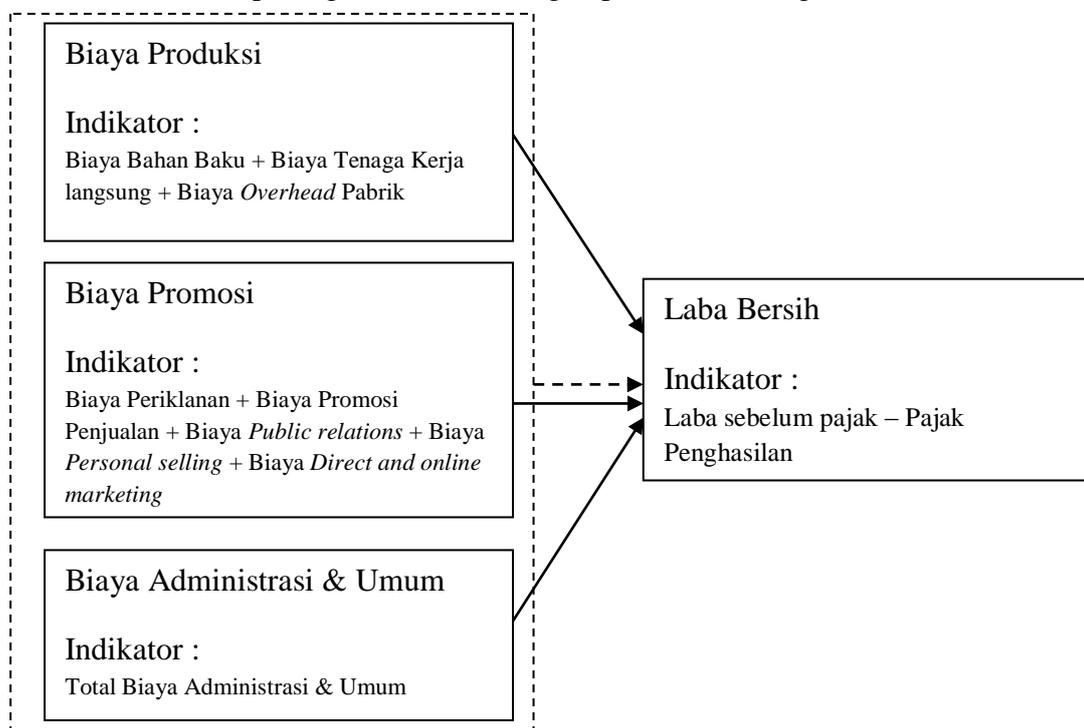
Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan dengan tepat akan membantu penjualan yang pada akhirnya akan membantu laba perusahaan. (Assauri, 2012). Menurut Yulianus Viki Antono, Hendrik Suhendri dan Sri Andika Putri (2022), biaya promosi berperan penting untuk memberi informasi kepada konsumen tentang produk, semakin tinggi kegiatan promosi akan meningkatkan jumlah penjualan sehingga mendukung peningkatan laba bersih. Berdasarkan penelitian Soleha Winny Adihesti (2022), biaya promosi secara parsial berpengaruh terhadap laba bersih, serta secara simultan dengan biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Sedangkan menurut penelitian Estika Ria Ristanty dan Friska Kusuma Ningrum (2022), biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, namun secara simultan, biaya promosi bersama-sama dengan biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih.

Laba bersih juga dipengaruhi oleh biaya administrasi dan umum. Biaya administrasi & umum merupakan salah satu unsur pembentuk biaya operasional (Rudianto, 2009:116). Menurut Mulyadi (2015:14), biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Indikator biaya administrasi & umum merupakan jumlah keseluruhan dari biaya administrasi & umum. Supriyono (2001:250) mengatakan bahwa fungsi biaya administrasi dan umum adalah fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berhasil guna dan berdaya guna. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap biaya yang dikeluarkan perusahaan akan mengurangi laba yang diperolehnya, termasuk biaya administrasi dan umum.

Menurut Jopie Jusuf (2008:35), bila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih. Begitupun sebaliknya, bila terjadi pemborosan biaya (seperti pemakaian alat kantor yang berlebihan) maka akan menyebabkan penurunan laba bersih. Menurut Djodi Setiawan dan Nova Setia Wisasa (2017), korelasi parsial antara biaya administrasi dan umum dengan laba bersih sangat kuat dan positif serta pengaruhnya signifikan. Secara simultan, korelasi antara biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum dengan laba bersih sangat kuat dan positif dan pengaruhnya signifikan terhadap laba bersih. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Windi Wahyuni Simanjuntak, Darwis Harahap, dan Zulaikha Matondang (2022), bahwa biaya administrasi & umum berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, serta secara simultan bersama biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih. Pada hasil

penelitian oleh Susi Marni, Savriadi dan Tina Arfah (2022), biaya administrasi umum berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap laba. Begitupun pengaruhnya secara simultan bersama-sama dengan piutang dan persediaan terhadap laba yaitu terdapat pengaruh namun tidak signifikan.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel dependen (laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia) dengan variabel independen (adalah biaya produksi, biaya promosi, dan biaya administrasi & umum), maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut.



Keterangan :

- Secara parsial
- Secara simultan

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Administrasi & Umum berpengaruh terhadap Laba Bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 secara parsial.
2. Diduga Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Administrasi & Umum berpengaruh terhadap Laba Bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 secara simultan.