

JURNAL AKUNTANSI

TH XIV / 02 / Nopember / 2021

ISSN : 1979-8334

SUSUNAN PENGURUS JURNAL AKUNTANSI

EDITOR IN CHIEF

Riani Tanjung, SE., M.Si.,Ak.,CA
Politeknik Pos Indonesia

MANAGING DIRECTOR

Diana Maryana, SE.,M.Si
Politeknik Pos Indonesia

EDITORIAL BOARDS

Y. Casmadi , SE., MM.
Politeknik Pos Indonesia
Christine Riani Elisabeth, SE, MM.
Politeknik Pos Indonesia
Tia Setiani, S.Pd, M.M.
Politeknik Pos Indonesia
Surya Ramadhan Noor, SE., MM.
Politeknik Pos Indonesia
Toto Suwarsa, SE., Ak., MM.
Politeknik Pos Indonesia

REVIEWER

Galuh Tresna Murti, SE., M.Si., Ak., CA., Asean CPA
Politeknik LP3I Bandung
Jaka Maulana, SE., M.Ak.,Ak.,CA.,CPSAK
Politeknik Pos Indonesia
Rika Mardiani, SE., M.Ak., CRMO
Universitas Pendidikan Indonesia
Andri Hasmoro Kusumo Broto, SE., M.Si.
Universitas Merdeka Madiun

PUBLISHER

Prodi D3 Akuntansi,
Gedung Pendidikan,Politeknik Pos Indonesia
Jl. Sariasih No 54 Bandung 40151 Telp. 022-2009570, Fax 022-2009568,
E-mail : d3_akuntansi@poltekpos.ac.id

Prodi Akuntansi D III Politeknik Pos Indonesia, telah Terakreditasi B berdasarkan Keputusan Dirjen DIKTI No. 1072/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/IX/2015

KATA PENGANTAR

Jurnal Akuntansi diterbitkan setiap enam bulan sekali oleh Prodi Akuntansi Politeknik Pos Indonesia, dengan tujuan untuk membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat luas, yaitu bagi baik para akademisi, mahasiswa, praktisi dan pihak lainnya yang isinya berupa kajian ilmu dan hasil riset di bidang akuntansi.

Penerbitan saat ini terdiri dari 5 (lima) topik, meliputi :

Analisis Laporan Keuangan
Akuntansi Biaya
Perpajakan
Auditing
Manajemen Keuangan

Mudah-mudahan semua artikel yang dimuat dapat menambah pengetahuan dan pengalaman para pembaca, sehingga menambah semangat untuk terus berinovasi melahirkan karya tulis yang bermanfaat. Amin

Bandung, Nopember 2021

Redaksi

DAFTAR ISI

SUSUNAN PENGURUS JURNAL AKUNTANSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
Analisis Prediksi Kebangkrutan (<i>Financial Distress</i>) Berdasarkan Model Altman Z- Score Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2020	1
Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Metode Camel Pada Bank Tabungan Negara (BTN) Periode 2016 – 2020	13
Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2020)	24
Analisis Laporan Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan Berdasarkan Rasio Profitabilitas Pada PT.Telkom Indonesia Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020	34
Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2013-2020	42
Pengaruh Audit Internal Terhadap Efektivitas Pengendalian Internal Persediaan Obat Pada Dinas Kesehatan Kota Cirebon	57
Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020	71

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PERUSAHAAN (PADA PERUSAHAAN SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2020)

Oleh : Y. Casmadi, SE., MM., - Rachma Faidatul Aulia
D3 Akuntansi Politeknik Pos Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Dari hasil pengujian *product moment* biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih. Menunjukkan bahwa nilai *pearson correlation* hubungan antara biaya promosi terhadap laba bersih sebesar 0,611 yang berarti hubungannya antara kedua variabel tersebut kuat dan nilai signifikansi sebesar 0,000 terdapat korelasi yang signifikan. Dari hasil uji t dua belah pihak biaya promosi terhadap laba bersih menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, karena nilai t_{hitung} sebesar $4,228 > t_{tabel}$ sebesar 2,042, dengan nilai signifikan pada uji t nilai signifikan dibawah 0,05 atau 0,000 yang berarti biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih dan biaya promosi berpengaruh positif sebesar 37% terhadap laba bersih serta sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati.

Kata Kunci: Biaya Promosi, Laba Bersih

1. PENDAHULUAN perusahaan menyatakan hanya

1.1 Latar Belakang Masalah menghabiskan budget lebih sedikit dari

Pertumbuhan industri makanan anggaran yang dikutip dari lama

dan minuman berpeluang terhambat katadata.co.id “Untuk biaya iklan dan

selama pandemi corona (Covid-19) promosi (*advertising and promotion*)

berlangsung. Sehingga perusahaan 70% perusahaan menyatakan

membuat strategi perusahaan menghabiskan budget lebih sedikit dari

bertahan saat pandemi dengan rem yang dianggarkan. Alasannya, karena

ekspansi dan promosi. Untuk biaya penurunan daya beli konsumen dan

iklan dan promosi, sekitar 70% tarif iklan televisi.” Lalu

berkurangnya aktivitas promosi dan pemangkasan biaya yang tidak perlu untuk mempertahankan bisnis, “Sebagian besar perusahaan saat ini beralih ke pemasaran *online* atau digital seperti media sosial,” tulis DBS. Beberapa perusahaan bahkan agresif memberikan diskon sebagai strategi pemasaran untuk mendorong penjualan periode Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Pendapatan penjualan suatu perusahaan seringkali mengalami perubahan. Misalnya mengalami kenaikan pada bulan atau tahun tertentu dan penurunan pada bulan atau tahun yang lain. Naik turunnya pendapatan penjualan tersebut merupakan hal yang biasa dalam dunia usaha. Hal ini mendapat perhatian yang serius dari perusahaan, karena adanya persaingan dalam memasarkan hasil-

hasil produknya, sehingga sistem pemasaran (promosi) makin lama dirasakan perannya dalam perusahaan tanpa mengurangi aspek-aspek yang lain. Berikut pendapatan penjualan juga digambarkan dalam bentuk diagram dibawah ini:

Gambar 1.1 Tingkat Pendapatan Penjualan
Sumber: Diolah Sendiri

Salah satu faktor yang paling penting mendapat perhatian penting dalam usaha adalah biaya



promosi. Oleh karena itu pengeluaran atau anggaran untuk biaya promosi harus dipertimbangkan di satu pihak dan manfaat yang akan diperoleh dilain pihak.

Dikutip dari laman kontan.co.id, Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GPMMI)

menilai, faktor daya beli masyarakat masih akan mempengaruhi kelangsungan bisnis makanan ringan di tanah air. Ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia Adhi Lukman menyampaikan, tantangan terbesar industri makanan ringan di tahun ini adalah kondisi daya beli masyarakat yang belum sepenuhnya pulih di tengah pandemi Covid-19.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik dan ingin membuktikan apakah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada sektor makanan dan minuman untuk memperoleh laba sangat dipengaruhi oleh biaya promosi. Oleh karena itu perlu dikaji lebih lanjut mengenai pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih

perusahaan, dengan mengambil judul **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2020)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, ada beberapa pokok permasalahan yang diangkat oleh penulis yang akan dituangkan dalam identifikasi masalah ini sebagai berikut:

1. Bagaimana biaya promosi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?
2. Bagaimana laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman

yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?

3. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?

2. LANDASAN TEORI

2.1 Biaya Promosi

Promosi dilakukan oleh beberapa perusahaan agar masyarakat mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi dalam suatu perusahaan dapat menjadi suatu alat untuk mengenalkan produk kepada masyarakat yang akan menguntungkan perusahaan melalui kegiatan yang dilakukannya.

Menurut Sahabuddin dalam Jurnal *Actual Problems of Economics* 2016 “Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang

dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya.”

2.2 Laba Bersih

Laba bersih adalah 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. Secara umum laba bersih merupakan kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi.

Adapun pengertian laba bersih menurut Kasmir (2019:305) “Laba bersih (*net profit*) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak”.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder, data tersebut diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang telah di audit terdaftar di BEI pada website Indonesia *Stock Exchange* (IDX) yaitu www.idx.co.id dan website perusahaan dengan periode 2017-2020 dengan data mengenai biaya promosi dan laba bersih.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah studi dokumentasi dan kepustakaan atau literatur dengan cara mempelajari, mengamati, mengkaji serta menelaah

literatur berupa buku-buku, peraturan perundang-undangan, majalah, surat kabar, artikel, situs web, jurnal dan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 dengan jumlah populasi 26 perusahaan.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *non probability sampling* yaitu *sampling purposive* sehingga jumlah sampel pengamatan yaitu 32 dari 8 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

3.5 Teknik Analisis

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Adapun teknik analisis data yang

digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment*
2. Analisis Regresi Linier Sederhana
3. Uji Koefisien Determinasi
4. Uji t

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

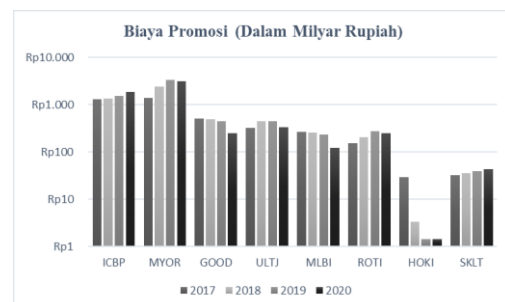
4.1 Biaya Promosi Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2020

Hasil penelitian menunjukkan biaya promosi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2020 setiap perusahaan mengalami fluktuasi. Dimana rata-rata biaya promosi tertinggi selama periode 2017-2020 dihasilkan oleh MYOR yaitu sebesar Rp 356 miliar. Sedangkan biaya promosi dengan rata-rata terendah

selama periode 2017-2020 dihasilkan oleh HOKI yaitu sebesar Rp 7 miliar.

Dapat dilihat pada diagram berikut mengenai biaya promosi perusahaan sektor makanan dan minuman tiap tahunnya:

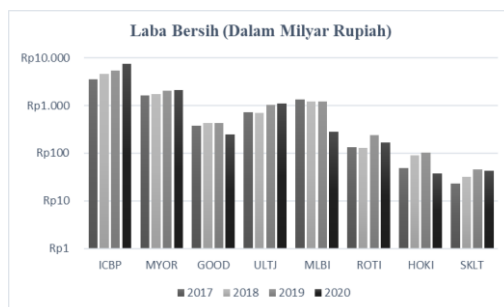
Gambar 4.1 Fluktuasi Biaya Promosi
Sumber: Diolah Sendiri



4.2 Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2020

Hasil penelitian menunjukkan laba bersih pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2020 setiap perusahaan mengalami fluktuasi. Dimana rata-rata laba bersih tertinggi selama periode 2017-2020 dihasilkan oleh ICBP yaitu sebesar Rp 886 miliar. Sedangkan laba bersih dengan rata-rata terendah selama periode 2017-2020 dihasilkan oleh SKLT yaitu sebesar Rp 6 miliar.

Gambar 4.2 Fluktuasi Laba Bersih



Sumber: Diolah Sendiri

4.3 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2020

Hasil penelitian menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi *product moment*, menunjukkan bahwa nilai *person correlation* hubungan antara biaya promosi (X) terhadap laba bersih (Y) sebesar 0,611 yang berarti hubungannya antar kedua variabel tersebut kuat dan dilihat dari nilai signifikannya, antara biaya promosi (X) dengan laba bersih (Y) sebesar $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

Dari hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan jika biaya

promosi (X) meningkat 1 maka laba bersih (Y) meningkat sebesar 1,160.

Dari tabel hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai kontribusi variabel biaya promosi terhadap laba bersih sebesar 37% artinya berpengaruh rendah sedangkan sisanya 63% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa biaya promosi terhadap laba bersih menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, karena nilai t_{hitung} sebesar $4,228 > t_{tabel}$ sebesar 2,042, didukung dengan nilai signifikan pada uji t dimana nilai signifikan dibawah 0,05 atau 0,000.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka didapat simpulan hasil penelitian

mengenai Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2020) adalah sebagai berikut:

1. Biaya promosi pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020 mengalami fluktuasi. Tiap tahun biaya promosi mengalami naik turun, dengan biaya promosi tertinggi tiap tahun dihasilkan PT Mayora Indah Tbk (MYOR), sedangkan biaya promosi terendah dihasilkan oleh PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI).
2. Laba bersih pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-

2020 juga mengalami fluktuasi. Tiap tahun laba bersih mengalami naik turun, dengan laba bersih tertinggi tiap tahun diduduki PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), sedangkan laba bersih terendah dihasilkan oleh PT Sekar Laut Tbk (SKLT).

3. Berdasarkan uji hipotesis terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Carl S. Warren dan James M. Reeve. 2017. *Pengantar Akuntansi 1 – Adaptasi Indonesia Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2016. *Analisis Kritis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hery. 2017. *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition*. Cetakan ke-2. Jakarta: PT. Grasindo.
- Indra Mahardika Putra. 2017. *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Quadrant.
- Mulyadi. 2018. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Revisi Cetakan Ke-12*. Jakarta: PT Rajawali.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Prihadi, Toto. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardjono. 2016. *Teori Akuntansi, Perencanaan dan Pelaporan Keuangan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- V. Wiratna Sujarweni. 2017. *Analisis Laporan Keuangan Teori, Aplikasi, & Hasil Penelitian*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.

Sumber Jurnal

- Felicia, F. and Gultom, R. 2018. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015". *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 1(1), pp. 1-12.
- Firmansyah, T. and Darsawati, E. 2016. "Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014". *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak, dan Manajemen)*, 5(9), pp. 68-80.
- Sahabuddin, Romansyah. 2016. "Development of buvalue and behaviours: Takalar district, South Sulawesi (Indonesia) case study". *Journal: Actual Problems of Economics*. Vol: 176.
- Sembiring, M. 2018. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih". *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*. 2(3), pp. 135-140.
- Sugiharto, Bambang. 2020. "Distribusi Laba Dalam Pandangan Islam". *Jurnal Ilmiah* 6.1.
- Susilawati, Endang. 2019. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2017)". *Manners*, 2(1), pp. 25-39.
- Syahrudin, Aswin. 2015. "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah Pada Perumahan Grand Aroepala Di Makasar". *Jurnal Iqtisaduna* 1(2), 1-17.
- Yuda, I. M. A. and Sanjaya, I. K. P. W. 2020. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017". *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi)*, 19(1), pp. 35-42