

ANALISIS PENGARUH PENJUALAN, BIAYA PROMOSI DAN BIAYA TENAGA LANGSUNG TERHADAP LABA BERSIH (PERUSAHAAN BARANG KONSUMEN PRIMER DI BEI 2017-2019)

Dyah Ayu Purnamaputri¹, Novie Endi Nugroho²

^{1),2)}Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta

E-mail: dpurnamaputri7@gmail.com¹⁾, novie.endinugroho@gmail.com²⁾

Abstract

The purpose of this study is to provide empirical evidence regarding the effect of net sales, promotion costs and direct labor costs on the net income of primary consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2019 period, either partially or simultaneously. This research is a type of quantitative research. The sampling technique is carried out using a non-probability sampling with purposive sampling technique. So that the sample obtained is 31 companies in the primary consumer goods sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017- 2019 period, with a total of 93 observational data for 3 years of observation. Data collection techniques used are documentation and literature study. The data analysis technique used in this study used multiple regression analysis with SPSS application tools. The results obtained from this study are (1) net sales have a positive and significant effect on net income, (2) promotion costs have a positive and significant effect on net income, (3) direct labor costs have a negative and insignificant effect on net income.

Keywords: Net Sales, Promotion Costs, Direct Labor Costs and Net Profit

PENDAHULUAN

Laba merupakan salah satu tolok ukur dari keberhasilan perusahaan. Selain itu kepercayaan dari pihak lain juga merupakan tolok ukur keberhasilan perusahaan lainnya. Besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh besar kecilnya biaya yang dikeluarkan perusahaan dan tingkat penjualan di pasaran (Syukriadi, 2016).

Penjualan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi laba dan merupakan sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan akan semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Faktor lainnya yang mempengaruhi laba yaitu biaya. Biaya promosi menjadi salah satu biaya yang akan dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Biaya promosi ini dapat diterapkan oleh perusahaan dalam beberapa kegiatan.

Selain biaya promosi, biaya tenaga kerja juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi laba perusahaan. Biaya tenaga kerja merupakan upah tenaga kerja dan gaji

karyawan. Untuk beberapa perusahaan, biaya ini adalah salah satu unsur biaya yang cukup besar. Upah dan biaya gaji timbul sebagai akibat dari penggunaan tenaga kerja.

Berdasarkan data keuangan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk tahun 2017-2020, menunjukkan kondisi dimana perusahaan mengalami penurunan laba di tahun 2018, kemudian terjadi kenaikan laba pada tahun 2019 dan mengalami penurunan lagi pada laba pada tahun 2020. Penjualan mengalami peningkatan pada tahun 2017 sampai tahun 2019 dan mengalami penurunan pada tahun 2020, yang diikuti dengan meningkatnya biaya tenaga kerja dan biaya promosi. Namun pada tahun 2020 biaya promosi mengalami penerunan sebesar Rp.26.649.521.423. Penjualan pada tahun 2018 mengalami peningkatan, namun tidak dengan laba perusahaan. Pada tahun 2020 laba perusahaan mengalami penerunan disertai dengan penerunan penjualan dan biaya promosi, namun pada biaya tenaga kerja mengalami kenaikan.

Tabel 1
Data Penjualan, Biaya Promosi, Biaya tenaga kerja Langsung dan Laba Bersih Perusahaan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Tahun 2017-2020
(Dalam Jutaan Rupiah)

Keterangan	2017	2018	2019	2020
Penjualan	2.491.100	2.766.545	3.337.022	3.212.034
Biaya Promosi	151.645	207.100	273.420	246.770
Biaya Tenaga Kerja Langsung	179.642	212.800	234.511	257.686
Lab Bersih	135.363	127.171	236.518	168.610

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas adalah: (1) apakah penjualan bersih berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan?

(2) apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan? (3) apakah biaya tenaga kerja langsung berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan?. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai: (1) pengaruh penjualan bersih terhadap laba bersih perusahaan.(2) pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan. (3) pengaruh biaya tenaga kerja langsung terhadap laba bersih perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kegunaan-Keputusan Informasi (*Decision-Usefulness Theory*)

Syukriadi dalam Staubus (2000) Teori kegunaan-keputusan informasi akuntansi tercermin dalam bentuk kaidah-kaidah yang harus dipenuhi oleh komponen pelaporan keuangan agar dapat bermanfaat dalam rangka pengambilan keputusan ekonomi. Perlu diketahui bahwa kesalah pahaman informasi yang terkandung dalam laporan keuangan dapat menyebabkan keputusan bisnis yang tidak tepat di masa depan. Teori kegunaan-keputusan informasi ini memberikan landasan keputusan pengambilan manajemen biaya promosi dan biaya tenaga kerja langsung untuk dapat digunakan dalam keputusan ekonomi pada estimasi penjualan dan lababersih perusahaan.

Lab

Menurut Rustami, dkk (2014) laba adalah selisih antara seluruh pendapatan (revenue) dan beban (expense) yang terjadi

dalam suatu periode akuntansi. Laba merupakan suatu kelebihan pendapatan atau keuntungan yang layak diterima oleh perusahaan, karena perusahaan tersebut telah melakukan pengorbanan untuk kepentingan lain pada jangka waktu tertentu. Laba sesudah pajak atau laba bersih merupakan laba setelah dikurangi dengan pajak. Laba bersih dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan atau *Ratainer Earning*.

Penjualan

Penjualan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan menjual. Menjual adalah memberikan sesuatu kepada orang lain (pembeli) untuk memperoleh uang pembayaran atau menerima uang (Arifin, 2020:2). Penjualan merupakan suatu fungsi dari pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan tersebut yaitu memperoleh laba untuk kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut (Wahyuni, 2019).

Biaya Promosi

Menurut Rustami, dkk (2014) Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Beberapa perusahaan memakai alat promosi yang berbeda satu dengan lainnya. Dengan menggunakan beberapa alat promosi, maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pun akan terdiri dari beberapa macam alat promosi, sehingga total biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan saat perusahaan melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran, dan iklan di media elektronik.

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Nursanti (2021) Biaya tenaga kerja

langsung merupakan biaya dari semua tenaga kerja langsung yang secara fisik baik menggunakan tangan maupun mesin ikut dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk atau barang jadi. Misalnya pekerja yang bertugas sebagai operator mesin di pabrik atau yang bertugas sebagai pemotong kayu dalam produksi meja ataupun kursi.

Biaya Bahan Baku Langsung

Satriani dalam Mulyadi (2014) Biaya bahan baku langsung. Dalam melakukan proses produksi, bahan baku merupakan unsur utama, karena bahan baku merupakan unsur pokok dalam melakukan proses produksi. Bahan baku yang diolah suatu perusahaan dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau pengolahan sendiri.

Biaya Overhead Pabrik

Satriani dalam Mulyadi (2014) Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya produksi selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung yang terdiri dari biaya yang semuanya tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk atau aktivitas lainnya dalam upaya merealisasi pendapatan perusahaan. Novianty dalam Dunia (2012) Biaya *overhead* pabrik adalah biaya-biaya yang harus terjadi meskipun biaya tersebut secara langsung tidak mempunyai hubungan yang dapat diukur dan diamati terhadap satuan- satuan aktifitas tertentu.

Penelitian Terdahulu

Akbar (2017) melakukan penelitian berjudul menguji Pengaruh Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih. Diperoleh kesimpulan bahwa 1) penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada Perusahaan, dimana ketika penjualan meningkat maka laba bersih akan ikut meningkat, sedangkan ketika penjualan menurun maka laba bersih akan ikut

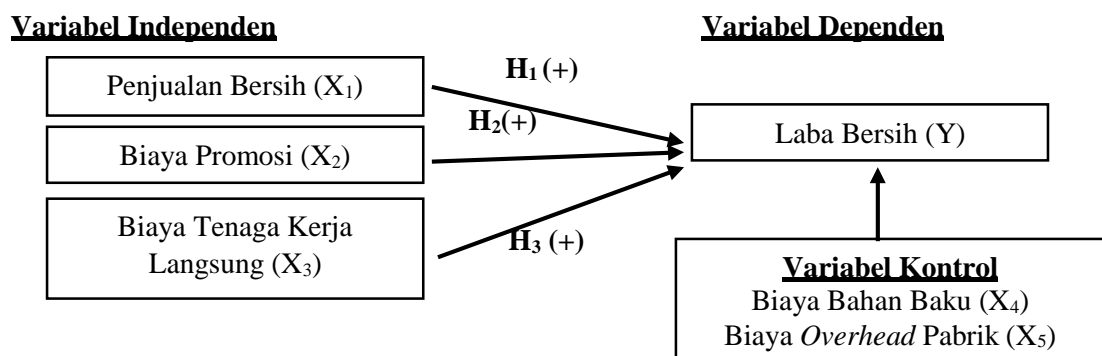
menurun 2) biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada pada Perusahaan, dimana ketika biaya produksi meningkat, maka laba bersih yang diperoleh perusahaan akan menurun, begitupun sebaliknya ketika biaya produksi menurun maka laba bersih perusahaan akan meningkat.

Rustami, dkk (2014) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. Diperoleh kesimpulan yang menunjukkan biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba dan ada pengaruh secara parsial antara biaya promosi terhadap laba perusahaan, dan antara volume penjualan terhadap laba.

Penelitian Nursanti, dkk (2021) berjudul Pengaruh Biaya Bahan Baku Langsung dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Laba Usaha Pada PT. Mustika Ratu, Tbk Kesimpulan hasil penelitian dan analisa penelitian ini menunjukan bahwa secara simultan variabel biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung positif dan signifikan terhadap laba kotor pada PT. Mustika Ratu Tbk, kemudian secara parsial menunjukan bahwa pada variabel biaya bahan baku langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba Usaha pada PT. Mustika Ratu Tbk dan secara parsial menunjukan bahwa pada variabel tenaga kerja langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba usaha pada PT. Mustika Ratu Tbk.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang ada dalam penelitian ini dan kajian terhadap penelitian terdahulu maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagaiberikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Dari berbagai artikel, 2022

Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga adanya pengaruh penjualan terhadap laba bersih perusahaan sektor barangkonsumen primer.
2. Diduga adanya pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan sektor barang konsumen primer.
3. Diduga adanya pengaruh tenaga kerja langsung terhadap laba bersih perusahaan sektor barang konsumen primer.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data sekunder. Populasi target dalam penelitian ini adalah 54 perusahaan barang konsumen primer periode 2017-2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*

yaitu suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus. Kriteria yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor barang konsumen primer yang tercatat dan aktif di BEI periode tahun 2017-2019.
2. Perusahaan sampel mempublikasikan laporan keuangan per 31 Desember selama masa pengamatan serta informasi lain yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu laba perusahaan, penjualan, biaya promosi, biaya tenaga kerja, biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik.
3. Laporan keuangan perusahaan sampel menggunakan mata uang rupiah. Berikut adalah jumlah sampel dalam penelitian yang memenuhi kriteria:

Tabel 2 Penentuan Sampel Penelitian

No	Keterangan	Pertahun penelitian	Jumlah Perusahaan 2017-2019
1	Jumlah populasi target	54	162
2	Perusahaan dieleminasi		
	a. Data tidak lengkap	(20)	(60)
	b. Tidak bisa diakses	(3)	(9)
3	Jumlah sampel selama 2017-2019	31	93
4	Data yang di <i>outliers</i>	(5)	(14)
5	Sampel akhir yang diolah	26	79

Sumber: Data diolah peneliti dan dilampirkan, 2022

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah penjualan bersih, biaya promosi dan biaya tenaga kerja langsung sebagai variabel independen, sedangkan sebagai dependen adalah laba bersih. Adapun definisi operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. Laba bersih (Y)

Nastiti (2019) Laba bersih adalah

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

Sumber: Rosa (2020).

2. Penjualan (X₁)

Penjualan merupakan suatu fungsi dari pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan tersebut yaitu memperoleh laba

$$\text{Penjualan Bersih} = \text{Total penjualan} - \text{retur} - \text{potongan penjualan}$$

Sumber: Yusmeida, dkk (2020).

berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Transaksitransaksi ini diikhtisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode waktu tertentu. Variabel ini diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

untuk kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut (Wahyuni, 2019). Yusmeida, dkk (2020) secara teori, penjualan bersih adalah total penjualan dikurangi dengan retur dan potongan penjualan.

3. Biaya Promosi (X_2)

Menurut Rustami, dkk (2014) Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan

perusahaan saat perusahaan melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran, dan iklan di media elektronik. Adapun untuk menghitung biaya promosi menurut Kotler dalam Molan (2007:23), yaitu:

$$\text{Biaya promosi} = \text{biaya periklanan} + \text{biaya promosi penjualan.}$$

Sumber: Kotler dalam Molan (2007:23).

4. Biaya Tenaga kerja langsung (X_3)

Nursanti, dkk (2021) Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya dari semua tenaga kerja langsung yang secara fisik baik menggunakan tangan maupun mesin ikut dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk atau

barang jadi. Biaya tenaga kerja langsung dibebankan dalam unsur biaya produksi sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung dibebankan pada biaya *overhead* pabrik. cara menghitung biaya tenaga kerja langsung sebagai berikut

$$\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} = \text{Jumlah Produksi} \times \text{Tarif TK}$$

Sumber: Nursanti, dkk (2021).

5. Biaya bahan baku langsung (X_4 /Variabel kontrol).

Satriani dalam Mulyadi (2014) Biaya bahan baku langsung. Dalam melakukan proses produksi, bahan baku merupakan unsur utama, karena bahan baku merupakan unsur pokok

dalam melakukan proses produksi. Wijayanti dalam Charles (2006:43) biaya bahan langsung adalah biaya perolehan semua bahan yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara ekonomis.

$$\text{Biaya bahan baku} = \text{Biaya perolehan semua bahan yang menjadi bagian objek}$$

Sumber: Wijayanti dalam Charles (2006:43).

6. Biaya *Overhead* Pabrik (X_5 /Variabel kontrol)

Novianty dalam Dunia (2012) Biaya *overhead* pabrik adalah biaya-biaya yang harus terjadi meskipun biaya tersebut secara langsung

tidak mempunyai hubungan yang dapat diukur dan diamati terhadap satuan-satuan aktifitas tertentu.

$$\text{Overhead yang dibebankan} = \text{tarif kelompok} \times \text{unit-unit cost driver yang digunakan.}$$

Sumber: Purba (2007)

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Basuki (2016:87) Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh

dari variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2016:192), rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \epsilon$$

keterangannya:

Y = Laba Bersih = Konstanta

b_1, b_2 dan b_3 = besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel X_1 = Penjualan

X_2 = Biaya Promosi

X_3 = Biaya Tenaga Kerja Langsung X_4 = Biaya Bahan Baku

X_5 = Biaya *Overhead* Pabrik

ϵ = *error of term*

Rosa (2020) Pengujian model regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui positif atau negatif dari variabel X terhadap variabel Y. Untuk mengetahui model penelitian yang layak atau tidaknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk

mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menganalisis pengaruh penjualan bersih, biaya

promosi dan biaya tenaga kerja langsung terhadap laba bersih periode 2017-2019. Hasil persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 3

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sig
(Constant)	-1,929	-3,959	0,000
Penjualan bersih	1,038	8,139	0,000
Biaya promosi	0,138	2,974	0,035
Biaya tenaga kerja langsung	-0,029	-0,229	0,819

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Persamaan Regresi:

$$Y = -1,929 + 1,038X_1 + 0,139X_2 - 0,029X_3 + e$$

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada table di atas, maka dapat diketahui bahwa:

- Nilai koefisien regresi variabel penjualan bersih sebesar 1,038, bernilai positif artinya penjualan bersih berpengaruh positif terhadap laba bersih. Dapat dikatakan jika penjualan bersih mengalami kenaikan maka laba bersih yang diperoleh akan mengalami kenaikan juga.
- Nilai koefisien regresi variabel biaya promosi sebesar 0,138, bernilai positif artinya biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih. Dapat dikatakan jika biaya promosi mengalami kenaikan maka laba bersih juga akan mengalami kenaikan.
- Nilai koefisien regresi variabel biaya tenaga kerja langsung sebesar -0,029, bernilai negatif artinya biaya tenaga kerja langsung berpengaruh negatif terhadap laba bersih. Dapat dikatakan jika biaya tenaga kerja langsung mengalami kenaikan maka laba bersih yang diperoleh akan mengalami penurunan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji penjualan bersih (X_1), biaya promosi (X_2), dan biaya tenaga kerja (X_3) terhadap laba bersih (Y) pada perusahaan sektor barang konsumen primer tahun 2017 sampai 2019. Berdasarkan hasil analisis, berikut pembahasan tentang hasil penelitian ini:

1. Pengaruh Penjualan Bersih Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa, penjualan bersih berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Hal ini bisa dilihat pada Tabel 3, nilai koefisien regresi untuk variabel penjualan bersih sebesar

1,038, bernilai positif. Diketahui nilai t_{hitung} sebesar 8,139 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis kedua atau hipotesis alternatif, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara penjualan bersih terhadap laba bersih, sehingga dapat diartikan penjualan bersih berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi penjualan bersih maka semakin besar laba bersih yang diperoleh.

2. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih. Hal ini bisa dilihat pada Tabel 3, nilai koefisien regresi untuk variabel biaya promosi sebesar 0,138 bernilai positif. Diketahui nilai t_{hitung} sebesar 2,974 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis kedua atau hipotesis alternatif, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap laba bersih, sehingga dapat diartikan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi biaya promosi maka semakin naik pula laba bersih.

3. Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Laba Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa biaya tenaga kerja langsung berpengaruh positif terhadap laba bersih. Hal ini bisa dilihat pada Tabel 3, nilai koefisien regresi untuk variabel biaya tenaga kerja langsung (-0,029) bernilai negatif. Diketahui nilai t_{hitung} sebesar -0,229 dengan nilai

signifikansi sebesar 0,819 lebih besar dari 0,05 Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis pertama, bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara biaya tenaga kerja langsung terhadap laba bersih, sehingga dapat diartikan bahwa biaya tenaga kerja langsung berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba bersih, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi biaya tenaga kerja langsung maka laba yang diperoleh akan menurun namun tidak begitu signifikan.

4. Pengaruh Penjualan Bersih, Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Laba Perusahaan

Berdasarkan hasil uji F secara simultan dapat diketahui bahwa nilai F hitung dalam penelitian ini sebesar 85,131 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat diketahui bahwa variabel penjualan bersih, biaya promosi, dan biaya tenaga kerja langsung mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh penjualan bersih, biaya promosi dan biaya tenaga kerja langsung terhadap laba bersih perusahaan adalah sebesar 76,4%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penjualan bersih berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.
2. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.
3. Biaya tenaga kerja langsung berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba bersih.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan sampel agar lebih memperhatikan berapa besarnya penjualan yang tercapai agar laba bersih perusahaan yang diperoleh dapat maksimal, dengan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan meningkatkan penjualan, serta mengurangi pengeluaran biaya-biaya agar tidak terjadi penurunan pendapatan yang dihasilkan. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan periode waktu yang lebih panjang agar dapat menggambarkan

keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A.S. (2017). *Pengaruh Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011- 2016)*. Skripsi. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.
- Arifin, S. (2020). *Sales Manajemen Strategi Menjual Dengan Pendekatan Personal*. Yogyakarta: Salma Idea.
- Astriningrum, A.R, Wahyuningtyas, E.S, Amalia, N. (2018). pengaruh penjualan, beban pokok penjualan, pajak, dan biaya keuangan terhadap laba rugi perusahaan jasa telekomunikasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol. 4 No. 2.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas. Jilid 2*. dialihbahasakan oleh Benjamin Molan. Jakarta: PT Indeks.
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN. Retrieved from Unit Penerbit.
- Muslim, M.T, (2020). *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013*. Jurnal Ilmu Manajemen Retail. Vol.1 No. 2.
- Nastiti, G.A.L. (2019). *Pengaruh Biaya Produksi, Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Study Pada Cv.Tunik Putri, Surabaya)*. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Nursanti, W & Setyorini, R.D.A. (2021). *Pengaruh Biaya Bahan Baku Langsung dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Laba Usaha*. JURNAL AKUNTANSI FE- UB P. ISSN: 2087-9261 Vol. 15 No. 1.
- Rustami, P., Karya, I.K., & Cipta, W. (2014). *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis*. E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha. Vol.2.
- Saukani, A, (2020). *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (2011-2018)*. Skripsi.

- Padangsidimpuan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
- Syukriadi, M. (2016). *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada CV. Citra Sari Makassar)*. Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
- Widnyana, Nuridja & Dunia. (2014). *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012*. Bali: Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia. Vol 4, No 1.
- Yusmeida, M & Zein, A.S. (2020). *Pengaruh Penjualan Bersih Dan Beban Operasi Terhadap Laba Usaha Pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk*. Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
- <http://www.idx.co.id> Bursa Efek Indonesia, diakses tanggal 23 April 2022.

Lampiran 1

Data perusahaan Sampel

Perusahaan Sektor Barang Konsumer Primer yang Terdaftar di Bursa EfekIndonesia

No	Kode	Nama Perusahaan yang terdaftar di BEI
1	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
4	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
5	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
6	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
7	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
8	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
9	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
10	MYOR	Mayora Indah Tbk.
11	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
12	SKLT	Sekar Laut Tbk.
13	STTP	Siantar Top Tbk.
14	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
15	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
16	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.
17	RMBA	Bentoel Internasional Investama +D24 Tbk.
18	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.
19	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
20	INAF	Indofarma Tbk.
21	KLBF	Kalbe Farma Tbk
22	MERK	Merck Tbk.
23	PEHA	Phapros Tbk.
24	PYFA	Pyridam Farma Tbk.
25	KINO	Kino Indonesia Tbk.
26	MBTO	Martina Berto Tbk.
27	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
28	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
29	CINT	Chitose Internasional Tbk.
30	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.
31	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk.

Sumber: www.idx.co.id, 2022

Lampiran 2
Hasil Uji Regresi Linier Berganda tanpa Variabel
ControlRegression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya Promosi , Penjualan Bersih ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Laba Bersih
 b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 ^a	.773	.764	.389

- a. Predictors: (Constant), Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya Promosi , Penjualan Bersih
 c. Dependent Variable: Laba Bersih

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.672	3	12.891	85.131	.000 ^b
	Residual	11.356	75	.151		
	Total	50.028	78			

- a. Dependent Variable: Laba Bersih
 b. Predictors: (Constant), Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya Promosi , Penjualan Bersih

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.929	.487		-3.959	.000
	Penjualan Bersih	1.038	.127	.800	8.139	.000
	Biaya Promosi	.138	.070	.155	2.974	.035
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	-.029	.126	-.026	-.229	.819

- a. Dependent Variable: Laba Bersih

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	4.16	7.09	5.32	.704	79
Residual	-1.649	1.008	.000	.382	79
Std. Predicted Value	-1.658	2.506	.000	1.000	79
Std. Residual	-4.237	2.590	.000	.981	79

- a. Dependent Variable: Laba Bersih

Lampiran 3
Hasil Uji Regresi Linier Berganda dengan Variabel
ControlRegression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Over Head Pabrik, Biaya Bahan Baku, Biaya Promosi , Biaya Tenaga Kerja Langsung, Penjualan Bersih ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.775	.760	.393

a. Predictors: (Constant), Biaya Over Head Pabrik, Biaya Bahan Baku, BiayaPromosi , Biaya Tenaga Kerja Langsung, Penjualan Bersih

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.779	5	7.756	50.332	.000 ^b
	Residual	11.249	73	.154		
	Total	50.028	78			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Biaya Over Head Pabrik, Biaya Bahan Baku, Biaya Promosi , Biaya TenagaKerja Langsung, Penjualan Bersih

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.903	.493		-3.859	.000
	Penjualan Bersih	1.119	.236	.862	4.749	.000
	Biaya Promosi	.153	.079	.172	1.930	.057
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	.031	.146	.028	.214	.831
	Biaya Bahan Baku	-.036	.183	-.029	-.199	.843
	Biaya Over Head Pabrik	-.133	.161	-.110	-.822	.414

a. Dependent Variable: Laba Bersih