

PENGARUH BIAYA PEMASARAN DAN BIAYA ADMINISTRASI UMUM TERHADAP LABA BERSIH PT. ASTRA AGRO LESTARI, TBK

Windi Wahyuni Simanjuntak¹, Darwis Harahap², Zulaika Matondang³

^{1,2,3} Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

^{1,2,3} Jl. T. Rizal Nurdin, Km. 4,5 Sihitang – Kota Padangsidempuan

E-mail : Windiwahyunisimanjuntak@gmail.com¹, Darwisharahap@iain-padangsidempuan.ac.id², Zulaikamatondang@iain-padangsidempuan.ac.id³

ABSTRAK

Upaya meningkatkan laba dilakukan dengan meminimalkan biaya seoptimal mungkin. Akan tetapi fenomena yang terjadi pada penelitian ini berbanding terbalik. Dimana biaya yang dikeluarkan terus meningkat sehingga terjadi penurunan laba. Dengan peningkatan biaya yang terjadi jelas tidak sesuai dengan perolehan laba yang dihasilkan sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk., untuk mengetahui pengaruh biaya administrasi umum terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk., untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran dan biaya administrasi umum terhadap laba bersih pada PT Astra Agro Lestari Tbk.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data sekunder dari satu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014-2020 per triwulan dengan jumlah 32 sampel. Alat analisis yang digunakan adalah uji analisis deskriptif, uji normalitas, linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis dan analisis regresi berganda bantuan SPSS 26.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan variabel biaya pemasaran H_1 ditolak, dalam hal ini biaya pemasaran tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan variabel biaya administrasi umum H_2 diterima, dalam hal ini biaya administrasi umum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih. Pada Uji F H_3 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran dan administrasi umum memiliki pengaruh terhadap laba bersih.

Kata Kunci: Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi Umum, Laba Bersih

ABSTRACT

Efforts to increase profits are carried out by minimizing costs as optimally as possible. However, the phenomenon that occurs in this study is inversely proportional. Where the costs incurred continue to increase resulting in a decrease in profit. With the increase in costs that occurred clearly not in accordance with the profit generated so that the purpose of this study was to determine the effect of marketing costs on net income at PT. Astra Agro Lestari, Tbk., to determine the effect of general administration costs on net income at PT. Astra Agro Lestari, Tbk., to determine the effect of marketing costs and general administrative costs on net income at PT Astra Agro Lestari Tbk.

This study is a quantitative study with secondary data from one company listed on the Indonesia Stock Exchange from 2014-2020 per quarter with a total of 32 samples. The analytical tools used are descriptive analysis test, normality test, linearity, multicollinearity test,

heteroscedasticity test, hypothesis testing and multiple regression analysis with the help of SPSS 26.

Based on the results of the t test, it shows that the marketing cost variable H1 is rejected, in this case the marketing cost has no significant effect on net income. While the general administrative costs variable H2 is accepted, in this case the general administration costs have a significant effect on net income. In the F H3 test is accepted, it can be concluded that marketing and general administration costs have an effect on net income.

Keywords: *Marketing Cost, General Administration Cost, Net Profit*

PENDAHULUAN

Laba adalah hasil penjualan setelah dikurangi semua biaya yang terjadi. Cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba adalah dengan melakukan usaha-usaha penurunan biaya seoptimal mungkin. Adapun cara lain dengan meningkatkan penjualan, baik itu melalui volume penjualan maupun penetapan harga jualnya. Hal ini dapat dimengerti karena laba adalah penjualan dikurang biaya artinya semakin naik jumlah penjualan maka semakin naik pula labanya dengan asumsi biaya tidak berubah. Cara lain untuk meningkatkan laba adalah dengan menurunkan biaya walaupun hasil penjualannya tetap (Kuswadi, 2005). Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi baik itu biaya produksi maupun biaya operasional merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi laba (Olivia, 2021). Kenaikan laba dilihat dari biaya operasional yakni biaya pemasaran dan biaya administrasi umum yang menaik maka akan menimbulkan kenaikan terhadap laba (Sofyan, 2010).

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan sejak awal produksi hingga penjualan. Contoh biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran. Biaya administrasi umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh, biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, biaya pemeriksaan akuntan, biaya fotocopy, listrik dan lainnya.

Dalam penelitian Yaya Suharya dkk. dalam jurnal Pengaruh Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food bahwa biaya pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Pada penelitian Irpan Januarsah dalam jurnal pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT. PP London Sumatra Indonesia, Tbk. yang terdaftar di BEI bahwa biaya pemasaran berpengaruh

tidak signifikan terhadap laba perusahaan. Pada penelitian Dhani Aprilyana dalam jurnal Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada U.K.M Keripik Sehi Sukabumi bahwa biaya pemasaran berpengaruh positif terhadap laba bersih sedangkan biaya administrasi umum tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Pada penelitian Rismayanti dalam skripsi Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada PT. Gowu Dinasti Motor Hyundai Makassar bahwa biaya operasional tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Melihat dari penelitian terdahulu, hal ini tentu tidak sesuai dengan dengan teori bahwa biaya produksi dan biaya operasional merupakan bagian yang mempengaruhi peningkatan laba (Dyah, 2015).

PT. Astra Agro Lestari yang merupakan perkebunan kelapa sawit berlokasi di Kalimantan Selatan dan pabrik minyak goreng berlokasi di Sumatera Utara dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Jakarta Islamic Indeks (JII) merupakan perusahaan manufaktur yang melakukan proses produksi kelapa sawit dan proses penjualan. PT. AALI dalam menjalankan aktivitasnya, pendapatan yang diterima terkadang tidak seimbang dengan biaya biaya yang dikeluarkan. Sesuai dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Audit Laporan Keuangan PT. Astra Agro Lestari, Tbk.
(Tercatat Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Biaya Pemasaran	Biaya Administrasi Umum	Laba Bersih	%	Ket.
2014	546.886	682.548	2.504.467		
2015	537.533	691.412	619.107	-75	Turun
2016	340.780	676.626	2.006.973	224	Naik
2017	337.933	756.418	1.968.027	-2	Turun
2018	427.554	786.046	1.438.511	-27	Turun
2019	460.839	723.359	211.117	-85	Turun
2020	416.725	704.009	833.090	295	Na

Sumber data <http://www.idnfinancials.com>

Pada tabel 1 diatas terlihat bahwa tahun 2014 biaya pemasaran sebesar Rp. 546.886.000.000 biaya administrasi umum sebesar Rp. 682.548.000.000 dan laba bersih sebesar Rp. 2.504.467.000.000 Pada tahun 2015 biaya pemasaran sebesar Rp. 537.533.000.000 biaya administrasi umum menaik Rp. 691.412.000.000 dan laba bersih turun sebesar Rp. 619.107.000.000 . Pada tahun 2016 biaya pemasaran sebesar Rp. 340.780.000.000 dan biaya

administrasi umum menaik sebesar Rp. 676.626.000.000 dan laba bersih menaik sebesar Rp. 2.006.973.000.000 Tahun 2017 biaya pemasaran turun sebesar Rp.337.933.000.000 sedangkan biaya administrasi umum menaik yaitu Rp. 756.418.000.000 dan pada laba bersih menurun sebesar Rp. 1.968.027.000.000. Pada tahun 2018 biaya pemasaran sebesar Rp. 427.554.000.000 biaya administrasi umum menaik sebesar Rp. 786.046.000.000 sedangkan laba menurun sebesar Rp. 1.438.511.000.000. Pada 2019 biaya pemasaran menaik Rp. 460.839.000.000 dan biaya administrasi umum turun Rp.723.759.000.000 Sedangkan pada laba bersih turun sebesar Rp. 211.117.000.000 Pada tahun 2020 biaya pemasaran Rp. 416.725.000.000 biaya administrasi umum sebesar Rp. 704.009.000.000 dan laba bersih naik sebesar Rp. 833.090.000.000.

PT Astra Agro Lestari merupakan perusahaan kelapa sawit terbesar di Indonesia akan tetapi pada tahun 2015, 2017, 2018, 2019 laba bersih yang dihasilkan perusahaan cenderung menurun sedangkan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum cenderung menaik. Berdasarkan fenomena yang terjadi peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

TINJAUAN TEORITIK

PENGERTIAN LABA

Laba merupakan hasil dari pendapatan dikurangi beban. Profit atau laba merupakan indikator *future earning* dari sebuah investasi yang akan dilakukan saat ini (Silvia, 2019). Hal hal yang berkaitan dengan laba yang menjadi unsur yang paling penting dalam laporan laba rugi sebagai berikut:

- 1) Pendapatan adalah masuknya aset atau peningkatan lain atau penyelesaian kewajiban entitas yang dihasilkan dari pengiriman barang, kinerja layanan, atau aset lain yang penting untuk operasi.
- 2) Bisnis merupakan serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan/ laba. Bisnis juga dapat dikatakan sebagai penyediaan barang dan jasa untuk meningkatkan perekonomian (Hadion, 2021)
- 3) Beban adalah aset, kewajiban, atau penggunaan lain dari aset atau kewajiban suatu entitas yang disebabkan oleh penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan barang, atau lainnya yang merupakan operasi dasar perusahaan.

- 4) Keuntungan adalah keuntungan ekuitas, dalam hal ini kekayaan bersih entitas, yang disebabkan oleh transaksi perifer, yaitu transaksi di luar pusat operasi perusahaan, transaksi insidental, dan transaksi selain entitas yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.
- 5) Kerugian adalah penurunan dalam ekuitas dalam hal ini aktiva bersih yaitu kegiatan yang ditimbulkan oleh transaksi perifer, insidental serta kegiatan lainnya yang memberi pengaruh pada entitas kecuali beban atau distribusi kepada pemilik (Herry, 2009).

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LABA

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba antara lain:

- 1) Biaya, merupakan suatu pengorbanan yang diukur dengan satuan uang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha
- 2) Harga jual, merupakan jumlah tertentu yang dibayarkan oleh konsumen terhadap barang dan jasa yang diterima.
- 3) Volume penjualan dan produksi, besarnya volume penjualan akan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

FUNGSI PERHITUNGAN LABA

Fungsi laba perlu diketahui karena merupakan informasi penting dalam suatu laporan keuangan. Laba yang secara umum dihitung berdasarkan selisih lebih pendapatan dan biaya diharapkan dapat digunakan sebagai berikut:

- 1) Indikator efisiensi penggunaan modal dan biaya
- 2) Pengukur prestasi dan kinerja manajemen
- 3) Alat motivasi manajemen dalam pengelolaan perusahaan
- 4) Dasar penentuan besarnya pengenaan pajak
- 5) Dasar perhitungan dividen
- 6) Dasar pembagian kompensasi dan bonus
- 7) Dasar peramalan peningkatan dan penurunan laba.

LABA DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Keuntungan adalah salah satu unsur penting dalam perdagangan, perdagangan dilakukan untuk mencari keuntungan sebagai upaya mencari nafkah memenuhi kebutuhan

hidup. Keuntungan adalah sinonim dengan perkataan keuntungan, atau profit dalam bahasa Inggris. Keuntungan dalam bahasa arab disebut dengan *al-ribh* yang diartikan dengan pertambahan atau pertumbuhan dalam perdagangan. Dalam hadist ini, Rasulullah mengumpamakan seseorang mukmin dengan seorang pedagang. Pedagang tidak bisa mendapatkan keuntungan apabila ia belum mendapatkan modal pokoknya. Begitu juga seorang mukmin tidak akan mendapatkan pahala amalan sunnahnya apabila amalan wajibnya belum disempurnakan. Kemudian juga dari hadist di atas, dapat diketahui bahwa pengertian dari laba adalah sama dengan pengerian laba dalam al-Qur'an yaitu bagian berlebih setelah menyempurnakan modal pokok (Darmawan, 2020).

BIAYA

Biaya adalah aktivitas utama yang timbul dari entitas perusahaan dalam hal ini, termasuk hal-hal yang dikeluarkan, penggunaan aset lainnya, keberadaan hutang, atau keduanya untuk jangka waktu tertentu. Dihasilkan dari produksi komoditas, penyediaan jasa, atau kegiatan lain (Yayah, 2016). Biaya dapat diklasifikasikan menjadi dua penggolongan. Penggolongan yang paling sederhana yaitu penggolongan objek pengeluaran, misalnya pengeluaran untuk biaya telepon disebut dengan biaya telepon kemudian penggolongan menurut fungsi pokok pengeluaran perusahaan (Neneng, 2017).

BIAYA PEMASARAN

Dalam arti sempit, biaya mengacu pada pengeluaran untuk menjual sesuatu. Barang jadi yang akan dipasok ke klien sampai produk diterima umumnya disebut sebagai biaya. Lalu ada biaya, yang juga dikenal sebagai biaya penjualan pasar. Biaya dalam arti luas, adalah semua biaya yang dikeluarkan sejak barang diproduksi sampai dijual. Biaya iklan, penyimpanan gudang, pengemasan, pengiriman, biaya faktur kartu kredit, dan pencatatan transaksi sudah termasuk.

Pemasaran merupakan masalah penetapan produk, harga, saluran distribusi dan promosi. *American Marketing Association (AMA)* menyebutkan bahwa pemasaran didefinisikan sebagai tindakan menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan perusahaan dengan merencanakan dan menerapkan rencana untuk menentukan harga, penetapan harga, iklan, dan mendistribusikan ide, barang, dan jasa. Pemasaran merupakan fungsi bisnis yang mengidentifikasi

kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipuaskan oleh kegiatan manusia lain (Panji, 2016). Berikut ini merupakan karakteristik biaya pemasaran.

- a) Pemasaran produk ragam kegiatan yang memiliki cara produksi yang berbeda dengan perusahaan lain.
- b) Proses pemasaran cenderung berubah, oleh adanya persyaratan ketika proses pemasaran dan selalu menyesuaikan dengan pasar kondisi.
- c) Konsumen tidak dapat dikendalikan oleh kegiatan perusahaan, yang sehingga tidak akan mengatakan apa yang akan dilakukan oleh konsumen.
- d) Tidak langsung biaya dan biaya bersama (*joint cost*) yang memiliki pemecahan yang lebih sulit.

BIAYA PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Secara umum pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadits (Bukharai, 2020). Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Keberadaan pasar yang terbuka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk ambil bagian dalam penentuan harga, sehingga harga ditentukan oleh kemampuan riil masyarakat dalam mengoptimalkan faktor produksi yang ada didalamnya. Konsep Islam memenuhi bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif (Mustafha, 2014).

Faktor biaya (*cost*), persaingan (*competition*) dan permintaan (*demand*) adalah hal yang menjadi penentu untuk memperoleh keuntungan dalam transaksi jual beli yaitu penetapan harga (Santi, 2016). Dalam hal lain juga konsep harga tidak ada dijelaskan secara spesifik dalam al-Qur'an dan Hadist. Laba dalam jual beli dalam Islam diperbolehkan. Dalam mengambil Laba atau keuntungan tidaklah ditentukan batasan berapa laba maksimal yang boleh diambil atau berapa laba minimal yang harus didapat, dengan syarat pembeli tidak tertipu dengan harga jual sehingga ia tidak merasa ditipu dan harus saling ridho diantara keduanya. Kebebasan dalam menganbil keuntungan sebagaimana fatwa Syaikh Muhammad bin Sholeh al-Utsaimin yang mengatakan, "keuntungan tidak ada batasan tertentu dalam Islam. Karena itu termasuk rizki Allah. Terkadang

Allah menggelontorkan banyak rizki kepada manusia. Sehingga kadang ada orang yang mendapatkan untung 100 atau lebih, hanya dengan modal 10.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk dengan merujuk laporan keuangan yang diakses melalui website <http://www.idnfinancial.com>. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan tahunan PT. Astra Agro Lestari, Tbk. dari tahun 2014-2021 yang terdiri dari 32 laporan keuangan per triwulan. teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *total sampling*. *Total sampling* merupakan keseluruhan sampel merangkap sebagai sampel penelitian. *Total sampling* adalah sampel yang memiliki jumlah yang relatif kecil atau lebih kecil 100. Jumlah laporan keuangan per triwulan perusahaan PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021 adalah 32 laporan keuangan. Karena sampelnya lebih kecil 100 maka seluruh laporan keuangan PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021 menjadi sampel dalam penelitian ini. Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 32 sampel. Instrumen data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan memanfaatkan data yang sudah diolah atau dengan menggunakan data sekunder.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan urutan, analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini juga dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan persamaan berikut ini.

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

LB	= Laba bersih	X ₁	= Biaya Pemasaran
α	= Nilai konstan	X ₂	= Biaya Administrasi Umum
b ₁ b ₂	= Koefisien regresi berganda	e	= <i>error term</i>

Nilai α dan b diperoleh melalui metode kuadrat terkecil biasa (method of least squares), tujuan digunakannya analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui besar pengaruh biaya pemasaran (X₁) dan biaya administrasi umum (X₂) terhadap laba bersih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil uji Deskriptif pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Kurtosis	
	Statistic					Statistic	Statistic	Std. Error
Biaya Pemasaran	32	1,23	40,16	662,40	20,699	11,78054	-1,200	,809
Biaya Administrasi Umum	32	1,55	52,60	866,37	27,0740	15,44591	-1,200	,809
Laba Bersih	32	7,85	186,22	3105,11	97,0348	53,97834	-1,200	,809
Valid N (listwise)	32							

UJI NORMALITAS

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		32
Normal Parameters ^b	Mean	97,0347750
	Std. Deviation	53,97833646
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,069
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 c ^d

Berdasarkan hasil output uji normalitas menggunakan SPSS versi 22 pada tabel One Sample Kolmogorov Smirnov Test, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk data uji normalitas sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

UJI LINEARITAS

Hasil uji linearitas dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Variabel Biaya Pemasaran dengan Laba Bersih

Tabel 4. ANOVA Tabel

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Biaya Pemasaran * Biaya Pemasaran Baru	Between Groups	(Combined)	6560,847	2	3280,424	113,92	,000
		Linearity	6560,847	1	6560,847	227,85	,000
		Deviation from Linearity	,000	1	,000	,000	1,000
Within Groups			835,017	29	28,794		
Total			7395,864	31			

Berdasarkan hasil output melalui tabel hasil uji linearitas diperoleh nilai signifikansi pada deviation from linearity sebesar $1,000 > 0,05$. Artinya Biaya Pemasaran memiliki hubungan yang linier terhadap laba bersih.

Variabel Biaya Administrasi Umum dengan Laba Bersih

Tabel 5. ANOVA Tabel

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Biaya Administrasi Umum * adm baru	Between Groups	(Combined)	5830,208	2	2915,104	91,37	,000
		Linearity	5792,135	1	5792,135	181,5	,000
		Deviation from Linearity	38,073	2	38,073	1,193	,284
Within Groups			893,305	28	31,904		
Total			6723,513	31			

Berdasarkan hasil output melalui tabel hasil uji linearitas diperoleh nilai signifikansi pada deviation from linearity sebesar $0,284 > 0,05$. Artinya Biaya Administrasi Umum memiliki hubungan yang linier terhadap laba bersih.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,420	,000		.	.		
	Biaya Administrasi Umum	3,495	,000	1,000	.	.	.181	5.523
	Biaya Pemasaran	4,582	,000	1,000	.	.	.181	5.523

Berdasarkan hasil output melalui tabel coefficients, dapat diketahui bahwa nilai tolerance kedua variabel masing-masing sebesar $0,181 > 0,10$ dan variance inflation factor (VIF) masing-masing sebesar $5,523 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.617	.383		4.771	.000		
	Biaya Pemasaran	.892	.678	-.348	-.807	.426	.181	5.523
	Biaya Administrasi Umum	.978	.996	.306	.708	.485	.181	5.523

Berdasarkan uji diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi biaya pemasaran $0,426 > 0,05$ dan biaya administrasi umum $0,485 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

ANALISIS DETERMINASI R²

Hasil uji hipotesis dalam penelitian Analisis determinasi R² ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 8. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 ^a	,623	,540	,57000
a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi Umum				

Berdasarkan tabel 8 di atas diperoleh angka R Square sebesar 0,623 atau 62,3% artinya biaya pemasaran, biaya administrasi umum dan laba bersih mampu menjelaskan variabel dependen yaitu laba bersih sebesar 62,3% sedangkan 37,7 dijelaskan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

UJI t

Hasil Uji t dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 9. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.953	.556		2.890	.007
Biaya Pemasaran	.279	.610	.006	.341	.736
Biaya Administrasi Umum	.540	.660	.994	58.729	.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan uji t di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel pada tabel statistik taraf signifikansi 0,05 dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $32 - 2 - 1 = 29$ sebesar 1,699, yaitu:

- 1) Variabel biaya pemasaran t_{hitung} adalah 0,341 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{tabel} > t_{hitung}$ yaitu $1,699 > 0,341$. Maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak, artinya biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.
- 2) Variabel biaya administrasi umum t_{hitung} adalah 58.729 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{tabel} < t_{hitung}$ yaitu $1,699 < 58.729$. Maka H_{a2} ditolak H_{02} diterima, artinya biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

UJI F

Hasil Uji f dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 10. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.200	2	7.100	9624.781	.000 ^b
	Residual	3.621	29	2.539		
	Total	7.900	31			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi Umum, Biaya Pemasaran

Berdasarkan uji F dari tabel diatas dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 9624.781, sedangkan pada taraf signifikansi 0,05 nilai F_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus ($df = n - k - 1$ atau $32 - 2 - 1 = 29$, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,33. Dalam hal ini nilai $F_{tabel} < F_{hitung}$ yaitu

3,33 < 9624.781. Maka H_{03} diterima H_{a3} ditolak, artinya biaya pemasaran dan biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Hasil analisis regresi berganda dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 10. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.953	7.556		2.890	.007
Biaya Pemasaran	20.279	3.610	.006	.341	.736
Biaya Administrasi Umum	17.540	2.660	.994	58.729	.000

Berdasarkan hasil output, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.953 + 20.279 X_1 + 17.540 X_2$$

- Nilai konstanta (α) sebesar 4.953 menunjukkan bahwa jika biaya pemasaran dan administrasi umum nilainya tetap, maka nilai laba bersih naik sebesar 4.953
- Koefisien biaya pemasaran sebesar 20.279 menunjukkan arah hubungan antara biaya pemasaran dan laba bersih. Setiap kenaikan biaya pemasaran sebesar satu satuan, maka laba bersih perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar $4.953 + 20.279 = 25.232$ dengan asumsi variabel independen lain tetap.
- Koefisien biaya administrasi umum sebesar 17.540 menunjukkan arah hubungan antara biaya administrasi umum dengan laba bersih. Setiap kenaikan biaya administrasi umum sebesar satu satuan, maka laba bersih perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar $4.953 + 17.540 = 22.493$ dengan asumsi variabel independen lain tetap.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

a. Pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih

Berdasarkan uji t di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel pada tabel statistik taraf signifikansi 0,05 dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $32 - 2 - 1 = 29$ sebesar 1,699. Variabel biaya pemasaran t_{hitung} adalah 0,341 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 1,699

$> 0,341$. Maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak, artinya biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang disampaikan Kuswadi dalam buku yang berjudul Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya dimana usaha yang dilakukan untuk menaikkan laba adalah dengan mengeluarkan biaya-biaya seoptimal mungkin. Sehingga biaya yang terlalu tinggi akan berdampak negatif terhadap laba.

Hal ini juga didukung oleh Yaya Suharya dalam penelitiannya Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada CV Berkah Jaya General Supplier Snack Food yang dimana dalam penelitiannya dihasilkan biaya pemasaran tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih.

Jadi dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan biaya produksi akan menyebabkan penurunan laba. Hal ini juga berarti bahwa meskipun biaya penjualan yang dikeluarkan tinggi dan cenderung meningkat akan tetapi penjualan juga meningkat maka keuntungan dalam perusahaan akan terus meningkat.

b. Pengaruh Biaya Administrasi Umum Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan uji t di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel pada tabel statistik taraf signifikansi 0,05 dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $32 - 2 - 1 = 29$ sebesar 1,699. Variabel biaya administrasi umum t_{hitung} adalah 58.729 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{tabel} < t_{hitung}$ yaitu $1,699 < 58.729$. Maka H_{a2} ditolak H_{02} diterima, artinya biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

Hal ini tentu sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kuswadi dalam buku yang berjudul Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya dimana apabila untuk menaikkan laba maka usaha yang dilakukan adalah dengan mengeluarkan biaya seoptimal mungkin.

Dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan biaya administrasi umum baik dari listrik, pemakaian air, pemakaian mesin, photo copy, dan lain lain tidak dikelola dengan seminimal mungkin maka akan terjadi pemborosan biaya sehingga berdampak buruk pada laba.

c. Pengaruh Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan uji F dari tabel diatas dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 9624.781, sedangkan pada taraf signifikansi 0,05 nilai F_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus ($df = n-k-1$ atau $32-2-1= 29$, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,33. Dalam hal ini nilai $F_{tabel} < F_{hitung}$ yaitu $3,33 < 9624.781$. Maka H_{03} diterima H_{a3} ditolak, artinya biaya pemasaran dan biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Kuswadi dalam buku yang berjudul Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya dimana untuk dapat meningkatkan laba maka harus mengeluarkan biaya seoptimal mungkin, atau cara lain dengan meningkatkan laba adalah dengan meningkatkan jumlah penjualan dan produksi dengan catatan biaya yang dikeluarkan tetap.

Penelitian ini juga didukung oleh Dhany Aprilyana dalam penelitiannya Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada U.K.M Keripik Sehi Sukabumi. Dimana didalam penelitiannya Biaya Administrasi Umum dan Biaya Pemasaran memiliki pengaruh terhadap peningkatan laba

Dapat disimpulkan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum yang menaik maka akan memberi dampak buruk pada peningkatan laba apalagi jika jumlah penjualan dan hasil produksi tidak sesuai dengan biaya yang dikorbankan.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya pemasaran dan administrasi umum terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil analisis, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut. Berdasarkan hasil analisis determinasi nilai R Square sebesar 0,623 atau 62,3% artinya biaya pemasaran, biaya administrasi umum dan laba bersih mampu menjelaskan variabel dependen yaitu laba bersih sebesar 62,3% sedangkan 37,7 dijelaskan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel biaya pemasaran t_{hitung} adalah 0,341 sedangkan t_{tabel} 1,699, $t_{tabel} > t_{hitung}$ yaitu $1,699 > 0,341$. Maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak, artinya biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021. Dan hasil uji parsial (uji t) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel biaya administrasi umum t_{hitung} adalah 58.729 sedangkan t_{tabel}

1,699, $t_{tabel} < t_{hitung}$ yaitu $1,699 < 58.729$. Maka H_{a2} ditolak H_{02} diterima, artinya biaya administrasi umum berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk. tahun 2014-2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bukharai dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Anoraga, Pandji, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2016.
- Aprilyana, Dhani, dkk. "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada U.K.M Kripik Sehi Sukabumi," *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, Vol. 1 No. 1 (2020).
- Darmawan & Muhammad Iqbal Fasa, *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UNY Press, 2020.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1998.
- Daslim, Feren, dkk. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada PT. Sumatra Hakarindo Medan," *Jurnal Bisnis Kolog* Vol. 5, No. 2 (2019).
- Nasution, Mustafa Edwin, et, al.,. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Fakhri Zamzam, Firdaus, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Hartati, Neneng, *Akuntansi Biaya*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Hery, *Teori Akuntansi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Hery, *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2017.
- Jubilee, Enterprise, *SPSS Untuk Pemula*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014.
- Januarsash, Irpan, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Pada PT. PP. London Sumatra Indonesia, TBK yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Fiancial* Vol. 5, No. 1 (2019).
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Lasmi Wardiyah, Mia, *Analisis Laporan Keuangan*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Michelle Pranajaya, Olivia & Susanti Widiastuti, "Pengaruh Biaya dan Produksi Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Food and Beverange di Bursa Efek indonesia," Desember 2021.
- Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Universitas Gadjah Mada: Unit Penerbit dan Percetakan, 2014.
- Mursyidi, *Akuntansi Biaya*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2008.
- Novitasari, Santi, "Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Laba," Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016.
- Priyatno, Duwi, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Pudin Shatu, Yayah, *Kuasai Detail Akuntansi Laba & Rugi Sistem Cepat Kebut Semalam Otodidak & Tanpa Guru*, Jakarta: Pustaka Ilmu Semesta, 2016.

- Rismayanti, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada PR. Gowu Dinasti Motor Hyundai Makassar," Skripsi, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.
- Safri, Sofyan, *Analisis Krisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Silvia, Indrarini, *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019.
- Sufren & Yonathan Natanael, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sujarweni, Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015.
- Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2015.
- Suharya, Yaya dkk. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV Berkah Jaya General Supplier Snack Food," *Jurnal Bina Akuntansi* Vol. 8, No. 2 (2020).
- Tamama, Nuri, Nisak, "Hermeneutika Laba Dalam Perspektif Islam," *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja*, Artikel; Skripsi, 2019.
- Umar, Husein, *Metode Penelitian Skripsi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Wijoyo, Hadion, *Pengantar Bisnis*, Sumatra Barat: CV Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Wuri, Handayani Dyah, *Administrasi Farmasi 3*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.
- Widilestariningtyas, Ony dkk. *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Yusuf, A. Muri *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2014.