

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI, DAN  
BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN  
VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
PADA PT KIMIA FARMA TBK PERIODE 2013-2021**

**SKRIPSI**

**WAHID NURHASAN**

**NPM. 1851030274**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG**

**1444 H/2022 M**

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI, DAN  
BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN  
VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
PADA PT KIMIA FARMA TBK PERIODE 2013-2021**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Akuntansi  
(S.Akun) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Pembimbing I : Any Eliza, S.E., M.Ak**  
**Pembimbing II : Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**RADEN INTAN LAMPUNG**  
**1444 H/2022 M**

## ABSTRAK

PT Kimia Farma adalah perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Dimana tujuan perusahaan ini adalah untuk menghasilkan laba. Laba merupakan salah satu tolok ukur dari keberhasilan perusahaan. Peningkatan laba tidak terlepas dari indikator-indikator yang mendukung diantaranya pengeluaran biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, dan volume penjualan yang diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pembentukan laba perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel *intervening*.

Studi penelitian dilakukan pada PT Kimia Farma Tbk, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dalam bentuk triwulan PT Kimia Farma Tbk dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2021. Sedangkan, sampel dalam penelitian ini adalah biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, laba bersih, dan volume penjualan berjumlah 36 sampel data. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil melalui *website* resmi PT Kimia Farma Tbk yaitu [www.kimiafarma.co.id](http://www.kimiafarma.co.id). Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*.

Berdasarkan pengujian data yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil bahwa biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, dan volume penjualan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Variabel biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan. Variabel volume penjualan mampu memediasi pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih dengan model *partial mediation*. Variabel volume penjualan mampu memediasi pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih dengan model *partial mediation*. Variabel volume penjualan mampu memediasi pengaruh biaya distribusi terhadap laba bersih dengan model *full mediation* dengan objek PT Kimia Farma Tbk.

**Kata Kunci: Biaya Produksi, Biaya Promosi, Biaya Distribusi, Laba Bersih, Volume Penjualan**

## **ABSTRACT**

*PT Kimia Farma is the first pharmaceutical industry company in Indonesia which was founded by the Dutch East Indies Government in 1817. The aim of this company is to generate profit. Profit is one measure of the company's success. The increase in profit is inseparable from supporting indicators including production costs, promotion costs, distribution costs, and sales volume which are expected to contribute to the formation of company profits. The purpose of this study was to determine the effect of production costs, promotion costs, and distribution costs on net income through sales volume as an intervening variable.*

*The research study was conducted at PT Kimia Farma Tbk, the sampling technique used was purposive sampling. The population taken in this study is the financial statements in the form of quarterly PT Kimia Farma Tbk from 2013 to 2021. Meanwhile, the samples in this study are production costs, promotion costs, distribution costs, net income, and sales volume totaling 36 data samples. This type of research is a quantitative research. The data source used is secondary data taken through the official website of PT Kimia Farma Tbk, namely [www.kimiafarma.co.id](http://www.kimiafarma.co.id). The data analysis technique in this research is path analysis using SmartPLS 3.0 software.*

*Based on data testing that has been carried out by researchers, the results show that production costs, promotion costs, distribution costs, and sales volumes have a significant positive effect on net income. Variable production costs, promotion costs, and distribution costs have a significant positive effect on sales volume. The sales volume variable is able to mediate the effect of production costs on net income with the partial mediation model. The sales volume variable is able to mediate the effect of promotion costs on net income with the partial mediation model. The sales volume variable is able to mediate the effect of distribution costs on net income with a full mediation model with the object of PT Kimia Farma Tbk.*

***Keywords: Production Cost, Promotion Cost, Distribution Cost, Net Profit, Sales Volume***

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahid Nurhasan  
NPM : 1851030274  
Jurusan/Prodi : Akuntansi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Kimia Farma Tbk Periode 2013-2021”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 21 Juli 2022

Demi ini,



**Wahid Nurhasan**  
**NPM. 1851030274**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703289**

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Kimia Farma Tbk Periode 2013-2021  
Nama : Wahid Nurhasan  
NPM : 1851030274  
Prodi : Akuntansi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Any Eliza, S.E., M.Ak**  
**NIP. 198308152006042004**

**Pembimbing II**

**Liya Ernawati, S.E., M.S.Ak**  
**NIP. 198903072019032020**

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi Akuntansi Syariah**

**A. Zuliansyah, S.Si., M.M**  
**NIP. 1983022220091121003**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung  
Telp. (0721) 703289

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Kimia Farma Tbk**” disusun oleh **Wahid Nurhasan, NPM: 1851030274, Program Studi Akuntansi Syariah, Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Kamis, 21 Juli 2022.**

**Tim Penguji**

**Ketua : Ahmad Zuliansyah, M.M.**

(.....)

**Sekretaris : Raizky Reinaldy Pramasha, M.E.**

(.....)

**Penguji I : Vicky F Sanjaya, M.Sc.**

(.....)

**Penguji II : Any Eliza, M.Ak.**

(.....)

**Penguji III : Liya Ermawati, M.S.Ak.**

(.....)



**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Julius Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA**

**NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ  
عَلَىٰ ءَلَا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا  
تَعْمَلُونَ ۝

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (bersaksi atau jujur tentang kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

(Q.S. Al-Maidah [5]: 8)

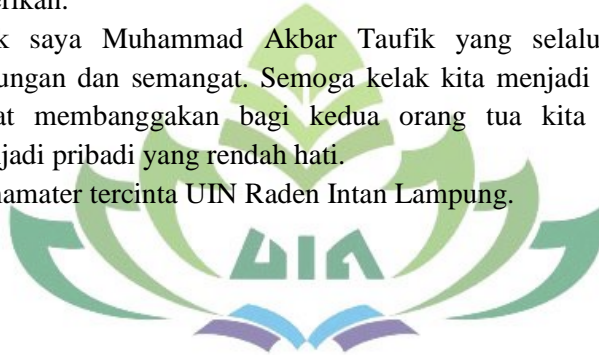




## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Wa Syukurilah, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Mardi dan Ibunda Sriyati yang telah memberikan kasih dan cinta serta doa yang tulus untuk saya. Terima kasih tak terhingga untuk bapak dan ibu saya yang telah membesarkan, mendidik saya sampai dengan titik ini, serta perjuangan yang bapak dan ibu lakukan yang tak akan tergantikan dengan apapun.
2. Paman saya Misbah Hanani dan bibi saya Neti Agustini terima kasih atas cinta kasihnya serta dukungan yang selama ini sudah diberikan.
3. Adik saya Muhammad Akbar Taufik yang selalu memberi dukungan dan semangat. Semoga kelak kita menjadi anak yang dapat membanggakan bagi kedua orang tua kita dan tetap menjadi pribadi yang rendah hati.
4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Wahid Nurhasan yang lahir di Desa Bulukarto, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung pada tanggal 29 Maret 2000. Penulis adalah anak pertama pasangan Ayahanda Mardi dan Ibunda Sriyati. Penulis memiliki satu adik yaitu Muhammad Akbar Taufik.

Penulis mengawali pendidikan formal Taman Kanak-Kanak (TK) Amanah Bulukarto selesai pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan Sekolah Dasar (SD) pada tahun 2006 di SD Negeri 2 Bulukarto dan diselesaikan pada tahun 2012. Selanjutnya untuk jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) pada tahun 2012 di SMP Negeri 2 Pringsewu diselesaikan pada tahun 2015. Kemudian dilanjutkan pada jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) pada tahun 2015 di SMA Negeri 2 Gadingrejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu dan diselesaikan pada tahun 2018.

Pada tahun 2018, penulis diterima sebagai mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Strata 1 (S1) Program Studi Akuntansi Syariah melalui jalur seleksi UM-PTKIN. Pada tahun 2021 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tambahrejo Barat, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu dan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Baitul Maal Wa Tamwil Assyafi'iyah Berkah Nasional Cabang Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu. Selama kuliah, penulis pernah bergabung dengan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) PIK R SAHABAT dan menjabat sebagai Bendahara Bidang Konselor Sebaya periode 2020-2021. Penulis juga aktif di Badan Mahasiswa Pringsewu Seluruh Indonesia (BMPSI).

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, keluarga dan para pengikutnya agar mendapat syafaat di yaumul akhir kelak.

Penyusunan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun) dalam ilmu Akuntansi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya dan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu sehingga terselesaikannya skripsi ini, rasa hormat dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Ahmad Zuliansyah, S.Si., M.M. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah dan Ibu Nurlaili, M.A. selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak. selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dukungan, masukan, dan meluangkan waktunya untuk membina penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak. selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dukungan, masukan, dan meluangkan waktunya untuk membina penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Dosen, Pegawai dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah banyak membantu dan memberikan ilmunya kepada penulis selama menempuh perkuliahan sampai selesai.

6. Kepada Ayahanda Mardi dan Ibunda Sriyati, serta adik-adikku Muhammad Akbar Taufik, Nazifa Almahyra Mecca, dan Galista Nayla Aurelia.
7. Sahabat-sahabat terbaik yang terus memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi, dan menemani setiap langkahku Muhammad Gusdani, Ummu Salamah Lubis, Wiranti Putri Retnosari, Ahmad Sujati, Malviana Oktasari, Rohmah Putri Handayani, Alya Miranda Khoirunisa, Fikri Armanda, Ready Pratama, Riza Rahma Zuita, Serly Rahma Tiara, dan Syafaatur Rasyidah.
8. Teman-teman Akuntansi Syariah B angkatan 2018 yang telah menemani penulis selama duduk di bangku perkuliahan.
9. Afifah Aulia yang selalu memberikan motivasi dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.
10. Teman-teman UKM PIK R Sahabat Nando, Fika, Sikril, Riki, Aidhiel, Syafiro, Hardi, Arifin, Yuni dll yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih kalian telah menemani dan memberi pengalaman yang luar biasa.
11. Teman-teman Praktik Kerja Lapangan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Adi Bagus Saputra, Agung Dwi Andhara, Indah Kurnia Sari, dan Isna A'yunin Nadhirah terima kasih kalian telah menemani, memberi semangat dan memberi pengalaman yang luar biasa.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan atas semua bantuan dan partisipasi semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pendidikan.

*Aamiin yaa Rabbal'alamin*

Bandar Lampung, 21 Juli 2022  
Penulis,

**Wahid Nurhasan**  
**NPM. 1851030274**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	14
D. Rumusan Masalah .....	14
E. Tujuan Penelitian.....	15
F. Manfaat Penelitian.....	16
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	16
H. Sistematika Penulisan .....	23
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS</b>	
A. Teori Kegunaan Keputusan ( <i>Desicion Usefulness Theory</i> )....	25
B. Biaya .....	26
1. Pengertian Biaya.....	26
2. Klasifikasi Biaya .....	27
C. Biaya Produksi .....	29
1. Pengertian Biaya Produksi.....	29
2. Unsur-Unsur Biaya Produksi.....	30
3. Tujuan Produksi .....	31
4. Produksi dalam Perspektif Islam .....	32

D. Biaya Promosi .....	33
1. Pengertian Biaya Promosi.....	33
2. Tujuan Promosi .....	35
3. Bentuk-Bentuk Promosi .....	36
4. Promosi dalam Perspektif Islam .....	38
E. Biaya Distribusi.....	39
1. Pengertian Biaya Distribusi .....	39
2. Jenis-Jenis Saluran Distribusi .....	40
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Distribusi .	41
4. Tujuan Distribusi .....	42
5. Distribusi dalam Perspektif Islam .....	42
F. Laba Bersih .....	44
1. Pengertian Laba Bersih.....	44
2. Jenis-Jenis Laba.....	45
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih .....	46
4. Urgensi Laba .....	47
5. Laba dalam Perspektif Islam .....	47
G. Volume Penjualan .....	48
1. Pengertian Volume Penjualan.....	48
2. Cara-Cara Untuk Meningkatkan Volume Penjualan .....	49
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan .	50
4. Penjualan dalam Perspektif Islam .....	51
H. Kerangka Berfikir.....	52
I. Pengajuan Hipotesis .....	53

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	62
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data .....	62
1. Populasi .....	62
2. Sampel.....	63
3. Teknik Pengumpulan Data .....	64
C. Definisi Operasional Variabel .....	64
D. Metode Analisis Data .....	72
1. Uji Instrumen.....	72
2. Uji Hipotesis.....	73
3. Uji Mediasi.....	74

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	76
B. Analisis dan Diskusi .....	78
C. Uji Instrumen.....	79
1. Uji Validitas .....	79
2. Uji Reliabilitas.....	80
D. Uji Hipotesis.....	81
1. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	82
2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	86
E. Uji Mediasi .....	87
F. Pembahasan Hasil Penelitian .....	92

## **BAB V PENUTUP**

A. Simpulan .....	103
B. Rekomendasi .....	104

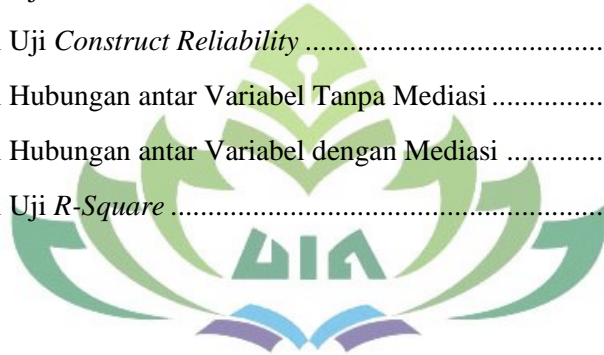
## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Biaya Produksi, Biaya Promosi, Biaya Distribusi, Laba Bersih, dan Volume Penjualan PT Kimia Farma Tbk Periode 2013-2021 (Dalam Jutaan Rupiah) .....	8
1.2 Data Pertumbuhan Laba Bersih Emiten Farmasi (Semester I Tahun 2020) .....	11
1.3 Penelitian Terdahulu.....	17
3.1 Definisi Operasional.....	70
4.1 Hasil Uji Validitas .....	80
4.2 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> .....	81
4.3 Hasil Hubungan antar Variabel Tanpa Mediasi .....	82
4.4 Hasil Hubungan antar Variabel dengan Mediasi .....	82
4.5 Hasil Uji <i>R-Square</i> .....	86





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berfikir.....	53
4.1 Hasil Analisis Jalur Hubungan Antar Variabel.....	78
4.2 Pengaruh Langsung $X_1$ terhadap Y .....	87
4.3 Pengaruh Langsung M terhadap $X_1$ dan Y.....	87
4.4 Pengaruh Langsung $X_2$ terhadap Y .....	89
4.5 Pengaruh Langsung M terhadap $X_2$ dan Y.....	89
4.6 Pengaruh Langsung $X_3$ terhadap Y .....	90
4.7 Pengaruh Langsung M terhadap $X_3$ dan Y.....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

I. Data Penelitian

II. Hasil Uji Validitas

III. Hasil Uji Reliabilitas

IV. Hasil Uji Hipotesis

V. Hasil Uji *R-Square*

VI. Surat Keterangan Bebas Plagiasi

VII. Hasil Turnitin



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Sebelum peneliti menguraikan pembahasan secara lebih lanjut, sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran dalam mempermudah dan memperjelas pemaknaan judul skripsi, maka diperlukan adanya penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi. Penegasan tersebut bertujuan untuk menghindari adanya kesalahpahaman ataupun kekeliruan dalam memaknai arti dan makna dari istilah yang digunakan pada judul skripsi tersebut. Di samping itu, langkah ini merupakan proses penekanan pokok permasalahan yang akan dibahas pada skripsi. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel *Intervening* Pada PT Kimia Farma Tbk Periode 2013-2021”**. Untuk itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut yaitu sebagai berikut:

### 1. Pengaruh

Pengaruh merupakan suatu keadaan dimana adanya hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.<sup>1</sup>

### 2. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengelolaan bahan menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual.<sup>2</sup>

### 3. Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam rangka memperkenalkan atau menganjurkan pemakaian

---

<sup>1</sup> Surakhmad, Winarno, *“Pengantar Penelitian Ilmiah”* (Bandung: Sinar Baru, 2009), 38.

<sup>2</sup> Agus Purwaji, Wibowo, and Sabarudin Muslim, *Akuntansi Biaya, Ke-2* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 15.

produk baik secara langsung ataupun tidak langsung untuk mempertahankan atau meningkatkan penjualan.<sup>3</sup>

#### **4. Biaya Distribusi**

Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam upaya memasarkan produk agar sampai ke tangan konsumen.<sup>4</sup>

#### **5. Laba Bersih**

Labanya bersih merupakan laporan akhir dari sebuah laporan laba rugi yang diawali dari pendapatan yang dihasilkan dari penjualan lalu dikurangi beban pokok penjualan yang menghasilkan laba kotor, laba kotor dikurangi beban usaha yang menghasilkan laba atau rugi usaha. Setelah itu ditambah atau dikurangi penghasilan atau beban lain maka menghasilkan laba sebelum pajak, laba sebelum pajak dikurangi beban pajak dan menghasilkan laba bersih.<sup>5</sup>

#### **6. Volume Penjualan**

Volume penjualan merupakan total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.<sup>6</sup>

#### **7. Variabel Intervening**

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penela antara yang terletak di antara variabel independen dan

---

<sup>3</sup> Hana Yulia, Sulaeman, and Darmo H Suwiryo, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kimia Farma Tbk.," *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)* 1, no. 2 (2020): 33–40.

<sup>4</sup> Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 116.

<sup>5</sup> M Tegar Muslim, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2006-2013," *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 2020 1, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.37150/jimat.v1i2.983>.

<sup>6</sup> Edi Triwibowo and Jumiatur Jumiatur, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan," *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*- 4, no. 2 (2019): 90–102.



dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.<sup>7</sup>

## **B. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi mendorong adanya peningkatan dan pertumbuhan dunia usaha. Berkembangnya dunia usaha berdampak pada persaingan antar perusahaan sejenis yang semakin ketat. Dalam menjaga kelangsungan dan menghadapi persaingan antar perusahaan tersebut, maka diperlukan suatu penanganan dan pengelolaan sumber daya yang baik oleh pihak manajemen. Pihak manajemen dituntut untuk dapat mengkoordinasikan penggunaan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan secara efektif dan efisien. Selain itu juga dituntut agar dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang pencapaian tujuan perusahaan di masa yang akan datang.<sup>8</sup>

Pada umumnya tujuan dari setiap perusahaan didirikan adalah untuk mencapai laba yang maksimal. Laba merupakan indikator keberhasilan bagi suatu perusahaan. Sebab, keberhasilan suatu perusahaan berasal dari jumlah laba yang diperoleh pada periode tertentu. Laba dapat diartikan sebagai selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan aktivitas usaha. Sedangkan, laba bersih diartikan sebagai selisih lebih seluruh pendapatan dan laba terhadap seluruh beban dan kerugian serta merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Supaya diperoleh laba sesuai dengan yang dikehendaki, perusahaan perlu menyusun perencanaan laba yang baik.<sup>9</sup>

Banyak cara yang dapat ditempuh agar memperoleh laba yang baik. Salah satunya dengan memperhatikan volume penjualan serta menekan biaya-biaya yang akan dikeluarkan perusahaan.

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2016). 55

<sup>8</sup> Asep Mulyana, "Pengaruh Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Usaha Pada PT Mayora Indah, Tbk Tahun 2009-2015," *Jurnal Indonesia Membangun* 17, no. 2 (2018): 228–56.

<sup>9</sup> Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011). 147

Adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan dalam hal ini dapat dilihat dari laporan laba rugi perusahaan. Laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Dalam hal ini perusahaan diharuskan selektif dalam menjual produk kepada konsumen. Sehingga, target volume penjualan yang telah direncanakan oleh perusahaan dalam periode tertentu bisa tercapai secara maksimal.<sup>10</sup>

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang diperoleh perusahaan, maka semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus di evaluasi agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Pemenuhan kualitas produk yang lebih baik maupun harga yang bersaing merupakan tantangan sendiri bagi perusahaan, tingginya biaya produksi berdampak pada tingkat penjualan oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan biaya produksi.<sup>11</sup> Besar kecilnya volume penjualan yang dicapai dalam suatu periode dapat menjadi salah satu indikator keberhasilan suatu aktivitas pemasaran dari suatu produk. Volume penjualan dengan pendapatan memiliki korelasi berbanding lurus.

Dalam kegiatannya suatu perusahaan untuk menghasilkan suatu produk memerlukan biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Pada dasarnya masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa

---

<sup>10</sup> I Wayan Bayu Wisesa, Anjuman Zuhri, and Kadek Rai Suwena, "Pengaruh Volume Penjualan Mente Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Ud. Agung Esha Tahun 2013," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 4, no. 1 (2014), <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/3293>.

<sup>11</sup> Deden Edwar Yokeu Bernardin and Eva Nur Baeti, "Laba Bersih Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Biaya Operasional Dan Volume Penjualan Terhadap Net Profit Margin ( Studi Kasus Pada PT Aero Globe Indonesia Tahun 2007-2014 )," *Ekspansi* 10, no. 1 (2018): 43–58.

yang terjadi sesungguhnya atau realisasi biaya. Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan.<sup>12</sup> Hal ini dijelaskan oleh Allah SWT dalam surah Al-Isra ayat 26 sampai ayat 27 yaitu, sebagai berikut:

وَعَاتِ ذَا الْفُرْقَيْنِ بَحَقَّةٍ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَلَا تُبْدِرُوا مَالَكُمْ بَدِيرًا ۚ  
 إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ

*“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”* (Q.S. Al-Isra [17]: 26-27)

Kandungan ayat tersebut menjelaskan perintah Allah SWT kepada kaum mukmin agar berbuat baik kepada kaum dhuafa dan orang yang dalam perjalanan. Selain itu dalam ayat tersebut Allah SWT juga memberikan penegasan bahwa kita dilarang menghambur-hamburkan harta secara berlebihan, Islam mengajarkan kesederhanaan. Sehingga, kita harus membelanjakan harta sesuai kebutuhan atau seperlunya saja dan tidak berlebihan, dalam hal ini Islam mengajarkan tentang efisiensi. Firman Allah SWT dalam ayat tersebut mencakup pengertian efisiensi dalam arti yang lebih luas yang pada dasarnya harus diterapkan di semua sektor kehidupan karena secara umum, segala bentuk pemborosan dan penghambur-hamburan harta adalah perbuatan yang dilarang dalam Islam.

Produksi adalah bagian terpenting dari ekonomi Islam di samping konsumsi, distribusi, dan redistribusi. Produksi merupakan suatu rangkaian kegiatan yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempertinggi nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dengan kata lain, produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang

---

<sup>12</sup> Endang Susilawati, “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011 – 2017),” *Jurnal Manners* 2, no. 1 (2019): 25–39.

dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Dalam Islam, produksi dideskripsikan dengan istilah yang lebih dalam dan lebih luas. Al-Quran menekankan manfaat dari barang yang di produksi.

Semakin ketatnya persaingan antar pelaku bisnis dalam dunia usaha membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan. Sehingga, konsumen akan selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya. Untuk menyebarluaskan hasil suatu produk memerlukan promosi. Promosi merupakan alat terpenting dalam menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dengan konsumen. Apabila perusahaan dapat merencanakan dan mengendalikan promosi dengan baik, maka perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan secara maksimal. Jika promosi yang dilakukan oleh perusahaan memberikan hasil yang positif terhadap volume penjualan bukan tidak mungkin perusahaan akan memperoleh laba lebih besar. Semakin banyaknya permintaan dari konsumen, maka pendapatan perusahaan dari produk yang dijual baik secara fisik maupun jasa semakin meningkat.<sup>13</sup>

Promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya. Biaya ini disebut dengan biaya promosi, biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam rangka memperkenalkan atau menganjurkan pemakaian produk baik secara langsung ataupun tidak untuk mempertahankan atau meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan selalu membangun komunikasi sebaik mungkin kepada konsumen maupun calon konsumen melalui promosi. Tentunya perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualan untuk mendapatkan laba yang lebih besar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Yulia, Sulaeman, and Suwiryono, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kimia Farma Tbk." *Jurnal Ilmu Manajemen Retail* 1, no 2 (2020): 33-40

<sup>14</sup> Susilawati, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011 – 2017)." *Jurnal Manners* 2, no. 1 (2019); 25-39.



Selain biaya promosi, saluran distribusi juga berperan penting dalam suatu perusahaan. Karena berhubungan dengan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Pemilihan saluran distribusi penting untuk dilakukan. Sebab, apabila saluran yang digunakan menghambat kelancaran arus barang maka pada akhirnya akan mempengaruhi peningkatan penjualan produk tersebut. Dalam penyaluran barang tersebut dibutuhkan biaya untuk kelangsungan pendistribusian barang yaitu biaya distribusi. Biaya distribusi dapat didefinisikan sebagai biaya yang berhubungan dengan semua kegiatan, mulai dari saat barang-barang telah dibeli atau diproduksi sampai barang-barang tiba di tempat pelanggan.<sup>15</sup>

Kegiatan distribusi pada PT Kimia Farma Tbk dilaksanakan oleh PT Kimia Farma *Trading & Distribution* (KFTD), anak perusahaan yang bertugas untuk mendistribusikan produk-produk farmasi yang diproduksi PT Kimia Farma Tbk ke *channel-channel* yang tersebar ke seluruh nusantara. Dalam rangka memperluas pangsa di pasar farmasi nasional dan internasional, perseroan senantiasa memastikan bahwa seluruh cabang memperoleh sertifikat dan memahami dengan baik Cara Distribusi Obat yang Baik (CDOB), serta berupaya mengurangi terjadinya *sales opportunity loss* yang saat ini masih berada di kisaran 26%. Jalur distribusi Kimia Farma diawali dari pabrik kimia farma yang kemudian disalurkan kepada Pedagang Besar Farmasi (PBF). Selanjutnya, Pedagang Besar Farmasi (PBF) akan menyalurkan atau mendistribusikan obat tersebut kepada apotek, instalasi farmasi dumah sakit, balai pengobatan dan toko obat.<sup>16</sup>

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang melakukan kegiatan produksi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi. PT Kimia Farma Tbk merupakan perusahaan farmasi pertama di Indonesia yang bergerak dalam

---

<sup>15</sup> Muslim, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2006-2013." *Jurnal Ilmu Manajemen Retail* 1, no. 2 (2020): 56-64.

<sup>16</sup> "Ritel Farmasi," n.d., <https://www.kimiafarma.co.id/id/ritel-farmasi>. diakses tanggal 30 Juli 2022.

bidang produksi, pengolahan, pemasaran, pendistribusian bahan kimia, farmasi, biologis, dan bahan lainnya. Kegiatan usaha Perseroan di bidang ritel farmasi, klinik kesehatan, dan laboratorium diagnostik secara fokus dikelola oleh anak perusahaan, PT Kimia Farma Apotek (KFA).

Hingga Agustus 2020, perseroan telah memiliki 11 fasilitas produksi, 1.266 jaringan apotek, 565 klinik kesehatan, 74 laboratorium klinik, 3 klinik kecantikan, 10 optik yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu melengkapi portofolio bisnis perseroan terdapat 55 laboratorium diagnostik yang dikelola oleh PT Kimia Farma Diagnostika, sebagai anak perusahaan dari PT Kimia Farma Apotek.<sup>17</sup> Berikut ini merupakan data laporan keuangan yang dilihat dari biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, laba bersih, dan volume penjualan PT Kimia Farma Tbk dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2021.

**Tabel 1.1**  
**Data Biaya Produksi, Biaya Promosi, Biaya Distribusi, Laba Bersih, dan Volume Penjualan PT Kimia Farma Tbk Periode 2013-2021 (Dalam Jutaan Rupiah)**

Tahun	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Biaya Distribusi	Laba Bersih	Volume Penjualan
2013	14.106	106.408	50.258	215.642	4.348.074
2014	20.726	78.640	59.313	236.531	4.521.024
2015	24.553	116.295	60.741	265.550	4.860.371
2016	18.785	163.367	64.165	271.598	5.811.503
2017	11.308	296.053	60.314	331.708	6.127.479
2018	9.318	316.048	87.982	535.085	8.459.247
2019	1.697.635	487.511	114.377	15.890	9.400.535
2020	1.467.353	413.150	150.970	20.426	10.006.173
2021	3.724.528	343.127	140.897	289.889	12.857.627

Sumber: [www.kimiafarma.co.id](http://www.kimiafarma.co.id)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat pada tahun 2013 dan 2014 biaya produksi mengalami peningkatan sebesar Rp 6,62 milyar, sementara biaya promosi mengalami penurunan sebesar Rp 27,77 milyar, biaya distribusi mengalami peningkatan sebesar

<sup>17</sup> Ibid.

Rp 9,05 milyar, begitu juga laba bersih juga mengalami peningkatan sebesar Rp 20,89 milyar, dan volume penjualan pun mengalami peningkatan sebesar Rp 172,95 triliun. Sementara pada tahun 2014 dan 2015 biaya produksi mengalami peningkatan sebesar Rp 3,83 milyar, biaya promosi mengalami peningkatan sebesar Rp 37,66 milyar, biaya distribusi juga mengalami peningkatan sebesar Rp 1,43 milyar, laba bersih mengalami peningkatan sebesar Rp 29,02 milyar, dan volume penjualan juga mengalami peningkatan sebesar Rp 339,35 triliun.

Pada tahun 2015 dan 2016 biaya produksi mengalami penurunan sebesar Rp 5,77 milyar, sedangkan biaya promosi mengalami peningkatan sebesar Rp 47,07 milyar, biaya distribusi mengalami peningkatan sebesar Rp 3,42 milyar, begitu pula dengan laba bersih mengalami peningkatan sebesar Rp 6,05 milyar, dan volume penjualan juga mengalami peningkatan sebesar Rp 951,13 triliun. Pada tahun 2016 dan 2017 biaya produksi mengalami penurunan sebesar Rp 7,48 milyar, biaya promosi mengalami peningkatan sebesar Rp 132,68 milyar, namun biaya distribusi mengalami penurunan sebesar Rp 3,85 milyar, sedangkan laba bersih mengalami peningkatan sebesar Rp 60,11 milyar, dan volume penjualan juga mengalami peningkatan sebesar Rp 315,98 triliun.

Pada tahun 2017 dan 2018 biaya produksi mengalami penurunan sebesar Rp 1,99 milyar, sedangkan biaya promosi mengalami peningkatan sebesar Rp 19,99 milyar, biaya distribusi juga mengalami peningkatan sebesar Rp 27,67 milyar, laba bersih pun mengalami peningkatan sebesar Rp 203,38 milyar, dan volume penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 2.331,77 triliun. Pada tahun 2018 dan 2019 biaya produksi mengalami peningkatan sebesar Rp 1.688,32 triliun, biaya promosi mengalami peningkatan sebesar Rp 171,46 milyar, begitu juga biaya distribusi mengalami peningkatan sebesar Rp 26,39 milyar, sedangkan laba bersih mengalami penurunan sebesar Rp 519,19 milyar, dan volume penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 941,29 triliun.

Pada tahun 2019 dan 2020 biaya produksi mengalami penurunan sebesar Rp 230.282 triliun, biaya promosi juga mengalami penurunan sebesar Rp 74,36 milyar, sementara biaya distribusi mengalami peningkatan sebesar Rp 36,59 milyar, begitu juga laba bersih mengalami peningkatan sebesar Rp 4,57 milyar, dan volume penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 605,64 triliun. Pada tahun 2020 dan 2021 biaya produksi mengalami peningkatan sebesar Rp 2.257,175 triliun, sedangkan biaya promosi mengalami penurunan sebesar Rp 70,02 milyar, biaya distribusi juga mengalami penurunan sebesar Rp 10,07 milyar, laba bersih mengalami peningkatan sebesar Rp 269,46 milyar, dan volume penjualan juga mengalami peningkatan sebesar Rp 2.851,45 triliun.

Permintaan dan kebutuhan masyarakat akan obat sangatlah tinggi di saat pandemi *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) terjadi, sehingga perusahaan di bidang farmasi melakukan peningkatan produksi obat yang dibutuhkan. Namun tingginya permintaan obat juga diiringi dengan peningkatan biaya pokok dan harga bahan baku yang terjadi, bagaimana disampaikan pada portal berita *Consumer News Business Channel* (CNBC) Indonesia, dimana menjelaskan bahwa harga bahan baku obat impor serta pengiriman dari negara asal semakin mahal, kenaikan harganya meningkat mencapai 30%, lalu untuk biaya pengiriman meningkat tiga kali lipat. Dengan terjadinya peningkatan tersebut maka biaya obat pun menjadi meningkat, dengan begitu perusahaan harus mencari alternatif agar tidak terjadinya lonjakan harga yang tinggi. Dalam kasus ini juga perusahaan industri farmasi mendapatkan keuntungan yang meningkat, yang disebabkan meningkatnya permintaan dan kebutuhan masyarakat akan obat dalam menghadapi kasus *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19).<sup>18</sup> Oleh karena itu, hal ini berdampak pada kenaikan biaya produksi, dan volume penjualan yang sangat tinggi, akan

---

<sup>18</sup> Adinda Gayetri et al., "Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Arus Kas (Studi Kasus PT Kalbe Farma Tbk)," *Jurnal Kompetitif Bisnis* 1 (2020): 53–62.

tetapi laba bersih yang diterima oleh PT Kimia Farma Tbk justru mengalami penurunan.

Berikut ini merupakan data pertumbuhan laba bersih emiten farmasi semester I tahun 2020, sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Pertumbuhan Laba Bersih Emiten Farmasi**  
**(Semester I Tahun 2020)**



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> , Juni 2020

Mayoritas perusahaan farmasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) berhasil mencatatkan kinerja positif selama semester I tahun 2020. Pertumbuhan laba bersih emiten farmasi Merck (MERK) melonjak 424,7% pada periode semester I tahun 2020 dibandingkan periode tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Laba bersihnya pada periode ini tercatat Rp 32,1 miliar dari Rp 6,1 miliar. Posisi selanjutnya Merck Sharp (SCPI) yakni dengan pertumbuhan laba bersih yakni 75,7%. Kemudian, Dharya Varia (DVLA) dan Sido Muncul (SIDO) masing-masing tumbuh 22,1% dan 10,6%. Adapun pertumbuhan laba bersih yang paling anjok yakni Indofarma (INAF) dan Phapros (PEHA) yakni -80,8% dan -43,5%. Lalu, Pyridam Farma (PYFA) dan Kimia

Farma (KAEF) masing-masing -39% dan -15,6%.<sup>19</sup> Dari perbandingan pertumbuhan laba bersih emiten farmasi selama pandemi yaitu pada semester I tahun 2020 menunjukkan bahwa PT Kimia Farma Tbk merupakan perusahaan farmasi yang mengalami penurunan laba bersih terkecil yaitu sebesar -15,6% dibandingkan Pyridam Farma sebesar -39%, Phapros sebesar -43,5%, dan Indofarma sebesar -80,8%.

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk mengkaji bagaimana pengaruh biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening*. Penelitian pertama, Deden Edwar Yokeu Bernardin dan Eva Nur Baeti dalam jurnalnya tahun 2018 menyatakan bahwa biaya operasional berpengaruh tidak signifikan terhadap laba bersih. Namun setelah diteliti dengan penambahan variabel *intervening* pada substruktur model dua maka secara simultan biaya operasional, volume penjualan dan laba bersih berpengaruh signifikan terhadap *net profit margin*.<sup>20</sup> Penelitian kedua, Riki Dwiyanto, Srikalimah, dan Ahmad Yani dalam jurnalnya tahun 2020 menyatakan bahwa secara parsial variabel biaya promosi tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih dan variabel biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil rumus *sobel test* dari persamaan pertama variabel biaya promosi tidak ada pengaruh terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening*, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi. Sedangkan dari persamaan kedua variabel biaya produksi tidak ada pengaruh terhadap laba

---

<sup>19</sup> Cindy Mutia Annur, "Perbandingan Pertumbuhan Laba Bersih Emiten Farmasi Selama Pandemi," n.d., <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/perbandingan-pertumbuhan-laba-bersih-emiten-farmasi-selama-pandemi>, diunduh tanggal 30 Juli 2022.

<sup>20</sup> Bernardin and Baeti, "Laba Bersih Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Biaya Operasional Dan Volume Penjualan Terhadap Net Profit Margin ( Studi Kasus Pada PT Aero Globe Indonesia Tahun 2007-2014 )." *Jurnal Ekspansi* 10, no. 1 (2018): 43-58.



bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening* bahwa tidak ada pengaruh mediasi.<sup>21</sup>

Penelitian ketiga, Y. Casmadi dan Irfan Azis dalam jurnalnya tahun 2019 menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih, dan biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT Ultra Jaya Milk Industri dan Trading Company Tbk.<sup>22</sup> Penelitian keempat, Ester Meafrida Wati Pasaribu dan Nanu Hasanuh dalam jurnalnya tahun 2021 bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih dan hasil penelitian lain secara parsial biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.<sup>23</sup>

Dari uraian tersebut menarik peneliti untuk meneliti mengenai bagaimana biaya-biaya yang dikeluarkan dalam suatu perusahaan seperti biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi dapat memberikan pengaruh terhadap laba bersih yang diterima. Selain itu, peneliti juga tertarik untuk mengetahui tentang peran volume penjualan sebagai variabel *intervening* antara biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap laba bersih tersebut. Sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian ini, yaitu **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel *Intervening* Pada PT Kimia Farma Tbk Periode 2013-2021”**.

---

<sup>21</sup> Riki Dwiyanto, Srikalimah, and Ahmad Yani, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Revolusi Indonesia* 2, no. 1 (2020): 21–30.

<sup>22</sup> irfan aziz Y.Casmadi, “Pengaruh Biaya Produksi & Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company,Tbk,” *Jurnal Akuntansi* 11, no. 1 (2019): 1689–1699.

<sup>23</sup> Ester Meafrida Wati Pasaribu and Nanu Hasanuh, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih,” *Journal of Economic, Business and Accounting* 4 (2021): 2.

### C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang perlu diteliti. Identifikasi dalam penelitian ini antara lain:

1. Peningkatan biaya produksi tidak disertai dengan peningkatan laba bersih.
2. Peningkatan biaya promosi tidak disertai dengan peningkatan laba bersih.
3. Peningkatan biaya distribusi tidak disertai dengan peningkatan laba bersih.
4. Volume penjualan mengalami peningkatan, namun laba bersih justru mengalami penurunan.
5. Volume penjualan mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya.

Berdasarkan identifikasi masalah, agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka peneliti membatasi penelitian ini pada tiga variabel bebas yaitu biaya produksi ( $X_1$ ), biaya promosi ( $X_2$ ), dan biaya distribusi ( $X_3$ ). Sedangkan variabel terikat adalah laba bersih ( $Y$ ) dan variabel *intervening* adalah volume penjualan ( $Z$ ). Selain itu, penelitian ini juga dibatasi dengan adanya ketersediaan data yang diperoleh pada perusahaan PT Kimia Farma Tbk periode 2013 sampai dengan 2021 sebagai objek penelitian.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Kimia Farma Tbk?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Kimia Farma Tbk?
3. Apakah biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Kimia Farma Tbk?
4. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT Kimia Farma Tbk?
5. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT Kimia Farma Tbk?

6. Apakah biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT Kimia Farma Tbk?
7. Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Kimia Farma Tbk?
8. Apakah volume penjualan mampu memediasi hubungan antara biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Kimia Farma Tbk?
9. Apakah volume penjualan mampu memediasi hubungan antara biaya promosi terhadap laba bersih pada PT Kimia Farma Tbk?
10. Apakah volume penjualan mampu memediasi hubungan antara biaya distribusi terhadap laba bersih pada PT Kimia Farma Tbk?
11. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih ditinjau dari perspektif ekonomi Islam?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT Kimia Farma Tbk.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih PT Kimia Farma Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi terhadap laba bersih PT Kimia Farma Tbk.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan PT Kimia Farma Tbk.
5. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan PT Kimia Farma Tbk.
6. Untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan PT Kimia Farma Tbk.
7. Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih PT Kimia Farma Tbk.
8. Untuk mengetahui volume penjualan memediasi hubungan biaya produksi dan laba bersih PT Kimia Farma Tbk.

9. Untuk mengetahui volume penjualan memediasi hubungan biaya promosi dan laba bersih PT Kimia Farma Tbk.
10. Untuk mengetahui volume penjualan memediasi hubungan biaya distribusi dan laba bersih PT Kimia Farma Tbk.
11. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, peningkatan volume penjualan serta laba bersih perusahaan.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam hal pengambilan keputusan untuk meningkatkan laba, dan mengefisiensi biaya.
- b. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan, serta pemahaman mengenai pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap laba bersih perusahaan.
- c. Bagi akademisi, diharapkan sebagai tambahan literatur atau bahan informasi ilmiah untuk penelitian selanjutnya.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Namun, dalam pembahasannya terdapat perbedaan antara penelitian yang satu dengan penelitian lainnya. Penelitian terdahulu sangatlah penting untuk mendapatkan gambaran dan menambah referensi dalam menyelesaikan penelitian ini. Tinjauan pustaka bertujuan untuk

menghindari adanya pembahasan yang sama dengan penelitian yang satu dengan penelitian yang lain dan menjadi penguat alasan penelitian ini dilakukan. Terdapat beberapa hasil penelitian yang peneliti temukan terkait dengan penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil (Kesimpulan)
1.	Deden Edwar Yokeu Bernardin dan Eva Nur Baeti (2018)	Lab Bersih Sebagai Variabel <i>Intervening</i> antara Pengaruh Biaya Operasional dan Volume Penjualan Terhadap <i>Net Profit Margin</i> (Studi Kasus Pada PT Aero Globe Indonesia Tahun 2007-2014)	Metode kuantitatif dan analisis data yang digunakan yaitu metode analisis jalur ( <i>path analysis</i> )	Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, biaya operasional berpengaruh tidak signifikan terhadap laba bersih. Namun setelah diteliti dengan penambahan variabel <i>intervening</i> pada substruktur model dua maka secara simultan biaya operasional, volume penjualan, dan laba bersih berpengaruh signifikan terhadap <i>net profit margin</i> .
2.	Y. Casmadi	Pengaruh	Metode	Hasil dari

	dan Irfan Azis (2019)	Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT Ultra Jaya Milk Industri dan Trading Company Tbk	kuantitatif dengan analisis data regresi linear berganda	penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih, dan biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT Ultra Jaya Milk Industri dan Trading Company Tbk.
3.	Carolita Seftianty dan Gatot Wahyu Nugroho (2020)	Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada PT Kimia Farma Tbk)	Metode kuantitatif dengan analisis data regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan pada PT Kimia Farma Tbk, maka dapat terlihat bahwa terdapat pengaruh signifikan antara biaya produksi terhadap laba



				bersih secara parsial. Selanjutnya harga jual pada PT Kimia Farma Tbk, dapat ditarik kesimpulan bahwa harga jual tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan harga jual secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.
4.	Riki Dwiyanto, Srikalimah, dan Ahmad Yani (2020)	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	Metode kuantitatif dan analisis data yang digunakan yaitu metode analisis jalur ( <i>path analysis</i> )	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel biaya promosi tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih dari hasil pengujian thitung 1.886 dan variabel biaya

				<p>produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih dari hasil pengujian t hitung 3,095.</p> <p>Berdasarkan hasil rumus <i>sobel test</i> dari persamaan pertama variabel biaya promosi tidak ada pengaruh terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel <i>intervening</i> dengan nilai t hitung sebesar 0,097, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi. Sedangkan dari persamaan kedua variabel biaya produksi tidak ada pengaruh terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel <i>intervening</i></p>
--	--	--	--	--

				dengan nilai t hitung sebesar 0,065, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi.
5.	Montaris Silaen dan Karina Silaen (2021)	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Usaha PT Indofood Sukses Makmur Tbk	Metode kuantitatif dengan analisis data regresi linear berganda	Dari hasil penelitian maka terdapat kesimpulan, bahwa secara parsial, biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba usaha pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan secara parsial, biaya distribusi tidak berpengaruh terhadap laba usaha pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap laba usaha pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk dari uji determinasi terbukti bahwa

				biaya promosi dan biaya distribusi memberikan kontribusi sebesar 84,9% terhadap laba usaha dan sisanya sebesar 15,1% ditentukan oleh variabel lain yang diduga mempunyai pengaruh.
--	--	--	--	--

Perbedaan penelitian:

1. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Deden Edwar Yokeu Bernardin dan Eva Nur Baeti dengan peneliti terletak pada variabel X yang digunakan hanya dua yaitu variabel  $X_1$  biaya operasional dan  $X_2$  volume penjualan. Sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel X yaitu variabel  $X_1$  biaya produksi,  $X_2$  biaya promosi, dan  $X_3$  biaya distribusi. Selanjutnya variabel Y *net profit margin* dan variabel Z laba bersih. Sedangkan peneliti variabel Y laba bersih dan variabel Z volume penjualan. Teknik pengumpulan data yang digunakan metode observasi dan studi pustaka. Sedangkan peneliti studi kepustakaan dan dokumentasi.
2. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Y. Casmadi dan Irfan Azis dengan peneliti terletak pada variabel X yang digunakan hanya dua yaitu  $X_1$  biaya produksi dan  $X_2$  biaya operasional. Sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel X yaitu variabel  $X_1$  biaya produksi,  $X_2$  biaya promosi, dan  $X_3$  biaya distribusi. Serta peneliti menggunakan volume penjualan sebagai variabel Z. Analisis yang digunakan dalam penelitian analisis regresi linear berganda. Sedangkan peneliti menggunakan analisis jalur (*path analysis*).
3. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Carolita Seftiany dan Gatot Wahyu Nugroho dengan peneliti terletak pada variabel X yang digunakan hanya dua yaitu  $X_1$  biaya produksi dan  $X_2$  harga jual. Sedangkan peneliti

menggunakan tiga variabel X yaitu variabel  $X_1$  biaya produksi,  $X_2$  biaya promosi, dan  $X_3$  biaya distribusi. Selain itu teknik pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder. Sedangkan peneliti berupa data sekunder. Serta peneliti menggunakan volume penjualan sebagai variabel Z. Analisis yang digunakan dalam penelitian analisis regresi linear berganda. Sedangkan peneliti menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

4. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Riki Dwiyanto, Srikalimah dan Ahmad Yani dengan peneliti terletak pada variabel X yang digunakan hanya dua yaitu variabel  $X_1$  biaya promosi dan  $X_2$  biaya produksi. Sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel X yaitu variabel  $X_1$  biaya produksi,  $X_2$  biaya promosi, dan  $X_3$  biaya distribusi. Studi yang dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan peneliti studi dilakukan pada PT Kimia Farma Tbk.
5. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Montaris Silaen dan Karina Silaen dengan peneliti terletak pada variabel X yang digunakan hanya dua yaitu variabel  $X_1$  biaya promosi dan  $X_2$  biaya distribusi. Sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel X yaitu variabel  $X_1$  biaya produksi,  $X_2$  biaya promosi, dan  $X_3$  biaya distribusi. Serta peneliti menggunakan volume penjualan sebagai variabel Z. Laporan keuangan yang digunakan sebanyak tujuh tahun, sedangkan peneliti sembilan tahun.

## H. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pedoman penulisan tugas akhir mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2020. Sistematika penulisan yang akan disajikan terdiri dari lima bab yang berurutan yaitu, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini peneliti memaparkan penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan

masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS.** Pada bab ini peneliti akan memaparkan teori yang digunakan, sub-sub landasan teori, kerangka berfikir, dan pengajuan hipotesis.

**BAB III METODE PENELITIAN.** Pada bab ini peneliti menguraikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, dan metode analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.** Pada bab ini peneliti menguraikan gambaran umum perusahaan, hasil analisis data penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V PENUTUP.** Pada bab ini berisikan simpulan dan rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Dimana semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan maka laba bersih yang didapatkan perusahaan juga akan meningkat.
2. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Dimana semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan maka laba bersih yang didapatkan perusahaan juga akan meningkat.
3. Biaya distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Dimana semakin tinggi biaya distribusi yang dikeluarkan maka laba bersih yang didapatkan perusahaan juga akan meningkat.
4. Biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Dimana semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan maka volume penjualan yang didapatkan perusahaan juga akan meningkat.
5. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Dimana semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan maka volume penjualan yang didapatkan perusahaan juga akan meningkat.
6. Biaya distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Dimana semakin tinggi biaya distribusi yang dikeluarkan maka volume penjualan yang didapatkan perusahaan juga akan meningkat.
7. Volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Dimana ketika volume penjualan meningkat maka laba bersih perusahaan juga ikut meningkat.
8. Volume penjualan memiliki pengaruh positif signifikan dan juga memiliki model *partial mediation* terhadap hubungan biaya produksi dan laba bersih. Hal ini menunjukkan bahwa

adanya hubungan antara biaya produksi dan laba bersih, baik secara langsung maupun melalui volume penjualan. Semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan maka akan semakin meningkatkan volume penjualan pada perusahaan untuk meningkatkan laba bersihnya.

9. Volume penjualan memiliki pengaruh positif signifikan dan juga memiliki model *partial mediation* terhadap hubungan biaya promosi dan laba bersih. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara biaya promosi dan laba bersih, baik secara langsung maupun melalui volume penjualan. Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan maka akan semakin meningkatkan volume penjualan pada perusahaan untuk meningkatkan laba bersihnya.
10. Volume penjualan memiliki pengaruh positif signifikan dan juga memiliki model *full mediation* terhadap hubungan biaya distribusi dan laba bersih. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya volume penjualan, biaya distribusi tidak mampu meningkatkan laba bersih.
11. Menurut pandangan Islam mengenai pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih telah sesuai dengan ekonomi Islam. Hal ini berarti bahwa perusahaan telah melakukan efisiensi biaya dan pengelolaan sumber daya dengan cukup baik sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang maksimal.

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan simpulan di atas, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat peneliti sampaikan, yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan objek penelitian perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Jadi, sebaiknya kegiatan promosi ini terus ditingkatkan. Promosi ini tetap harus dilakukan dengan menerapkan strategi yang paling baik dan hemat biaya, sehingga pengeluaran untuk biaya promosi bisa lebih efektif.

3. Biaya distribusi terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan, maka perlu dipertahankan dan dilakukan evaluasi kegiatan distribusi di tahun-tahun mendatang agar biaya yang dikeluarkan semakin efektif dan efisien.
4. Bagi perusahaan diharapkan lebih memperhatikan besarnya volume penjualan yang diperoleh perusahaan dengan meningkatkan kualitas produk dan membuat produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, agar volume penjualan yang diperoleh perusahaan maksimal dan laba yang diperoleh juga meningkat.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Agung, Anak Agung Putu, and Anik Yuesti. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1*. Bali: CV Noah Aletheia, 2019.

Alma, Buchori. *Manajemen Pemasaran Dan Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2009.

David, Fred R. *Strategi Pemasaran Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Hamka. *Tafsir Al-Azhar*. Jakarta: PT Pustaka Panjimas, 1974.

Harahap, Sofyan Syafri. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Rajawali Press, 2008.

Ibrahim, Yacob. *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

Jumingan. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

Kolter, Philip, and Amstrong. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.

Purwaji, Agus, Wibowo, and Sabarudin Muslim. *Akuntansi Biaya Ke-2*. Jakarta: Salemba Empat, 2019.

Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasi Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Press, 2014.

Sa'Diyah, Chumiatus. *Ekonomi IA*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2004.

Simamora, Henry. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Sinyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif,*

*Kualitatif, Dan R & D*). Bandung: Alfabeta, 2012.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2016.

Suwiknyo, Dwi. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Suryabrata, Sumadi. *Metode Penelitian Edisi 1 Cetakan 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998.

Winarno, Surakhmad. “Pengantar Penelitian Ilmiah,” 38. Bandung: Sinar Baru, 2009.

### **Jurnal:**

Antono, Yulianus Viki, Hendrik Suhendri, and Sri Andika Putri. “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).” *Jurnal Akuntansi* 5, no. 2 (2021): 144–51.

Baron and Kenny, “*The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Sttistical Considerations*,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 51.6, 1986, 1173–1182.

Bernardin, Deden Edwar Yokeu, and Eva Nur Baeti. “Laba Bersih Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Biaya Operasional Dan Volume Penjualan Terhadap Net Profit Margin ( Studi Kasus Pada PT Aero Globe Indonesia Tahun 2007-2014 ).” *Ekspansi* 10, no. 1 (2018): 43–58.

Broto, Andri Hasgoro Kusumo, Rusbiyanti Sripeni, and Retno Windu Permatasari. “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Administrasi Umum, Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *JURNAL EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 7, no. 2 (2018): 83–88. <https://doi.org/10.33319/jeko.v7i2.7>.

Dwiyanto, Riki, Srikalimah, and Ahmad Yani. “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan

Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Revolusi Indonesia* 2, no. 1 (2020): 21–30.

Elina, Ade, and Susi Handayani. “Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 18, no. 02 (2021): 21–31.

Fadilah, Nurul, and Fauziyah. “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Distribusi Dalam Meningkatkan Volum Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Nurul Amin Di Sampang.” *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi UNIBBA* 1 25, no. 2 (2020): 52 dan 58.

Felicia, and Robinhot Gultom. “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, no. 1 (2018): 1–12.

Gayetri, Adinda, Danu Dijaya, M Dimas Try A, and Poppy Ayu Sari. “Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Arus Kas ( Studi Kasus PT . Kalbe Farma Tbk ).” *Jurnal Kompetitif Bisnis* 1 (2020): 53–62.

Janah, Siti Miftahul, and Indah Yuliana. “Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Dan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 19, no. 3 (2021): 220–34.

Juwariyah, Nurul, and Rosyati. “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan (Studi Pada PT Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019).” *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan* 4, no. 1 (2021): 55–64.

Kurniawan, Herman, Patricia Dhiana Paramita, and Abrar Oemar. “Pengaruh Biaya Produksi, Hutang Jangka Panjang Dan Pendapatan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Harga Jual Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun



- 2012-2016.” *Journal Of Accounting* 4, no. 4 (2018): 2, 4 dan 5.
- Mukhlisotul, Jannah. “Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor.” *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2018): 87–112.
- Mulyana, Asep. “Pengaruh Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Usaha Pada PT Mayora Indah, Tbk Tahun 2009-2015.” *Jurnal Indonesia Membangun* 17, no. 2 (2018): 228–56.
- Muslim, M Tegar. “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2006-2013.” *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 2020 1, no. 2 (2020): 56–64. <https://doi.org/10.37150/jimat.v1i2.983>.
- Nugroho, Yunias Insan, and Lies Indriyatni. “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada Pt. Unilever Indonesia, Tbk.” *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada Pt. Unilever Indonesia, Tbk.* 3, no. 2 (2017): 26–40.
- Octaviyanti, Ika Putri. “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Media Pressindo.” Universitas Negeri Yogyakarta, 2018.
- Pasaribu, Allan Brian. “Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Dengan Biaya Promosi Sebagai Mediasi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020.” *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 129–40.
- Pasaribu, Ester Meafrida Wati, and Nanu Hasanuh. “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih.” *Journal of Economic, Business and Accounting* 4 (2021): 2.
- Putra, Fauzi Dwi. “Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9, no. 2 (2019): 462. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20127>.
- Putra, I Gede Eka Sanjaya, Gede Putu Agus Jana Susila, and Ni Nyoman Yulianthini. “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan.” *Jurnal Manajemen*

*Indonesia* 4, no. 1 (2016): 1–9.

Putro, Guntur Suryo. “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Genteng Pada PT. Cahaya Bangun Jaya Perkasa Makassar.” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (2018): 62–72.

Rahma. “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018.” Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2019.

Rahmasari, Dewi Rahmasari, Embun Suryani, and Sri Oktaryani. “Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 5, no. 1 (2019): 66–83. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i1.34>.

Rasyid, Raisya Astari, and Leny Suzan. “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan.” *Journal Akrab Pekanbaru* 3, no. 3 (2018): 1–11. <http://dx.doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2015.07.010> <http://dx.doi.org/10.1016/j.visres.2014.07.001> <https://doi.org/10.1016/j.humov.2018.08.006> <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24582474> <https://doi.org/10.1016/j.gaitpost.2018.12.007> <https://doi.org/10.1016/j.gaitpost.2018.12.007>

Sari, Teti Purnama, Reva Maria Valianti, and Muhamad Aryo Arifin. “Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Ultra Milk Jaya Industri Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Mediasi* 3, no. 2 (2021): 260–68.

Setiawan, Moh Eko. “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada UD Rizky Mubarak Burneh Bangkalan Tahun 2020.” Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah, 2020.

Susilawati, Endang. “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011 – 2017).” *Jurnal Manners* 2, no. 1 (2019): 25–39.

Triwibowo, Edi, and Jumiatur Jumiatur. “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume

Penjualan.” *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*- 4, no. 2 (2019): 90–102.

Wardhana, M. Ilham, and M. Ikhwan Maulana. “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pejualan Mobil Merek Toyota Yaris (Studi Kasus : P.T HADJI KALLA MAKASSAR).” *Jurnal Economix* 4, no. 1 (2016): 118–28.

Wisesa, I Wayan Bayu, Anjuman Zukhri, and Kadek Rai Suwena. “Pengaruh Volume Penjualan Mente Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Ud. Agung Esha Tahun 2013.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 4, no. 1 (2014). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/3293>.

Y.Casmadi, irfan aziz. “Pengaruh Biaya Produksi & Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company,Tbk.” *Jurnal Akuntansi* 11, no. 1 (2019): 1689–99.

Yulia, Hana, Sulaeman, and Darmo H Suwiryo. “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kimia Farma Tbk.” *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)* 1, no. 2 (2020): 33–40.

**Website:**

Profil Perusahaan PT Kimia Farma Tbk,” n.d. [https://kimiafarma.co.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1&Itemid=252&lang=id](https://kimiafarma.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=252&lang=id).

“Ritel Farmasi,” n.d. <https://www.kimiafarma.co.id/id/ritel-farmasi>.