

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI  
TERHADAP LABA PERUSAHAAN DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2015 - 2022)**

**SKRIPSI**

**Nur Azizah Tusifakh  
NPM. 1951030128**



**Program Studi Akuntansi Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

**LAMPUNG**

**1445 H / 2024 M**

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI  
TERHADAP LABA PERUSAHAAN DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2015 - 2022)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – tugas dan Memenuhi Syarat –  
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sjana S1 dalam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh :**

**Nur Azizah Tusifakh  
NPM. 1951030128**

**Jurusan Akuntansi Syariah**

**Dosen Pembimbing I : Dr. Evi Ekawati, S.E.,M.Si**

**Dosen Pembimbing II : Rosydalina Putri, S.E.,M.S.AK.Akt.C.A**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

**LAMPUNG**

**1445 H / 2024 M**

## ABSTRAK

Laba bersih perusahaan pada PT mustika ratu Tbk masih mengalami fluktuasi, hal ini dipengaruhi oleh faktor yaitu biaya produksi dan biaya promosi. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu mengkaji pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan pada PT Mustika Ratu Tbk tahun 2015-2022.

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif kausal yaitu pendekatan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sumber data pada penelitian ini yaitu data sekunder yang berasal dari laporan keuangan triwulan perusahaan Pt Mustika Ratu. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik purposive sampling, yakni penentuan sampel berdasarkan kriteria. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 32 laporan keuangan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni software SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. melalui pernyataan tersebut dapat diketahui besarnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang sesuai dengan standar perusahaan tidak sebanding dengan laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan. Sedangkan variabel biaya promosi juga tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan karena adanya faktor lain yang dipertimbangkan oleh perusahaan ketika membeli barang salah satunya yaitu mutu barang yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan variabel, unit analisis dan sampel yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan.

**Kata kunci: Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba Bersih Perusahaan**

## ABSTRACT

*The company's net profit at PT Mustika Ratu Tbk is still experiencing fluctuations, this is influenced by factors, namely production costs and promotional costs. The aim of this research is to examine the influence of production costs and promotional costs on the company's net profit at PT Mustika Ratu Tbk in 2015-2022.*

*This approach uses a quantitative approach that is associative causal in nature, namely an approach that aims to determine the relationship or influence between one variable and other variables. The data source in this research is secondary data originating from the quarterly financial reports of the company Pt Mustika Ratu. The sampling technique uses purposive sampling technique, namely determining samples based on criteria. The number of samples in this research was 32 financial reports. The data analysis method used in this research is SPSS software.*

*The results of this research show that the production cost variable has no effect on the company's net profit. Through this statement, it can be seen that the amount of production costs incurred to produce goods according to company standards is not commensurate with the net profit obtained by the company. Meanwhile, the promotional cost variable also has no effect on the company's net profit because there are other factors that the company considers when purchasing goods, one of which is the quality of the goods owned by the company. It is hoped that future researchers will be able to expand the research with variables, units of analysis and samples that can influence financial performance.*

***Keywords: Production Costs, Promotion Costs, Company Net Profit***

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama ; Nur Azizah Tusifakh

NPM : 1951030128

Jurusan/Prodi : Akuntansi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Pada PT Mustika Ratu TBK Tahun 2015-2022)” adalah benar – benar hasil karya penulis sendiri, bukan dupikasi ataupun pengutipan dari karya orang lain kecuali pada bagian – bagian yang telah dirujuk dan disebut daam footnote atau daftara rujukan. Apabila dilain waktu adanya penyimpangan dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar –benarnya.

Bandar Lampung



Nur Azizah Tusifakh  
1951030128



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

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

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT MUSTIKA Ratu Tbk Tahun 2015-2022)**

**Nama : Nur Azizah Tusifakh**

**NPM : 1951030128**

**Prodi : Akuntansi Syariah**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden  
Intan Lampung.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Evi Ekawati, S.E.,M.Si.**

**NIP.197602022009122001**

**Rosydalina Putri, S.E.,M.S.AK.Akt.**

**NIP. 198710182018012001**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Akuntansi Syariah**

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

**NIP.198302222009121003**



**KEMENTERIAN AGAMA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

**PENGESAHAN**

**Skripsi dengan judul “Pengaruh Biaya Prodduksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT Muatika Ratu Tbk Tahun 2015-2022)” . Disusun oleh Nur Azizah Tusifakh, NPM 1951030128. Program Studi Akuntansi Syariah, Telah Diujikan Dalam Sidang Munaqosah Difakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung pada Hari Senin Tanggal 04 Januari 2024:**

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr. Asriani, S.H,M.H**

**Sekretaris : Nanda Auliya, M.M**

**Penguji 1 : Ersi Sisdianto, S.E.I.,M.Ak**

**Penguji 2 : Rosydalina Putri, S.E.,M.S. Ak., Akt.**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E.,M.M.,Akt.,C.A**

**NIP.197009262008011008**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَتَانُ قَوْمٍ ءَعَلَىٰ ءَآلَا  
تَعْدِلُوا ۚ ءَأَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ إِنَّ اللّٰهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ۸

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu 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

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT yang Maha Pemberi segalanya berupa kebaikan dan dari hari yang terdahulu, skripsi ini penulis persembahkan :

1. Kedua orang tua yang sangat menyayangi dan dan selalu memiliki rasa sayang itu cinta pertamaku ayahanda Siswanto dan pintu surgaku ibu Siti Junaida beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, dukungan do'a yang selalu mereka berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sampai sarjana.
2. Almh. Ibu Mutosiyah seseorang yang saya sering sebut nenek yang sangat ingin melihat penulis sampai kejenjang sarjana, beliau tak hentinya mengingatkan untuk selalu rajin, tekun selama selama menjalankan study ini, sehingga perkataan beliau yang selalu melekat diingatak penulis. Alhamdulillah kini penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya sederhana ini sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi. Terimakasih telah mengantarkan saya berada ditempat ini dan memotivasi supaya bisa seperti ini, yang selalu memberikan dukungan dan doa maupun materi walaupun pada akhirnya saya harus berjuang tertatih tatih sendiri tanpa kau temani lagi.
3. Untuk kedua adikku Dipo Ludfi Jamak Sari dan Tirta Indra Syaputra yang menjadi penyemangat dan bagian besar untuk hidup ini terimakasih telah menjadi mood boster dan menjadi alasan penulis untuk pulang setelah beberapa bulan meninggalkan rumah demi menempuh pendidikan dibangku perkuliahan.
4. Reni adha Ningrum yang sudah saya anggap saudari saya sendiri. Terimakasih telah menjadi penyemangat dan bagian besar untuk hidup ini. Terimakasih sudah menjadi saudari terbaik yang selalu menemani penulis dalam keadaan suka maupun duka. pengingat disaat lupa dan menjadi motivator yang baik. Terimakasih untuk semua nasihatnya yang kadang menjadi perdebatan karna pikiran yang tidak sejalan.

5. Kepada Yoga Lanang Prabowo sebagai partner spesial saya, terimakasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, yang menemani meluangkan waktunya mendukung dan terus memberi semangat untuk terus maju tanpa kata menyerah untuk segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya.



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Nur Azizah Tusifakh Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Siawanto dan Ibu Siti Junaida. Lahir di Sekampung 09 September 2001. Berikut merupakan daftar riwayat pendidikan yang telah ditempuh penulis :

1. TK Perintis di Sakti Jaya Kecamatan Gunung Terang Kabupaten Tulang Bawang pada tahun 2006-2007.
2. MI Buatanul Ulum Kecamatan Gunung Terang Kabupaten Tulang Bawang pada tahun Tahun 2007-2013.
3. Mts Ma'arif NU 05 Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2013-2016
4. MAN 1 Lampung Timur Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur Pada Tahun 2016-2019
5. Pada tahun 2019 melanjutkan kejemjang Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Akuntansi Syariah.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim.*

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2015-2022)" dapat menyelesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang diharapkan. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana akuntansi (S.Akun) pada jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Skripsi ini disusun untuk memberikan sumbangsi terhadap pengembangan penelitian, khususnya bidang akuntansi syariah. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap agar karya ini dapat memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, masukan serta kontribusi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryaanto, S.E., M.M., Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak A. Zuliansyah, S.Si.,M.M selaku ketua jurusan Akuntansi Yariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang selalu memberikan arahan serta motivasi kepada mahasiswa selama masa studi.
3. Dr. Evi Ekawati, S.E,M.Si.,M.Ak\_selaku pembimbing I yang telah membimbing serta memberikan arahan kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Rosydalena Putri, S.E., M.S.Ak., C.A selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan ilmu terkait

serta dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah berpartisipasi dalam memberikan ilmu yang bermanfaat serta memberikan bantuan dalam proses administrasi untuk penulis selama masa studi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
6. Teman-teman seperjuangan prodi akuntansi syariah angkatan 2019, terkhusus akuntansi syariah A yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berjuang bersama-sama dalam proses perkuliahan serta yang telah banyak membantu dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini
7. Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



Bandar Lampung, Oktober 2023

Nur Azizah Tusifakh  
1951030128

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian .....	12
F. Manfaat Penelitian .....	12
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	13
H. Sistematika Penulisan .....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS</b>	
A. Teori Yang Digunakan.....	21
1. Signalling Teori .....	21
2. Theory Kegunaan Keputusan Informasi .....	23
3. Biaya Produksi .....	31
4. Biaya Promosi.....	35
5. Laba Perusahaan .....	36
B. Kerangka Pemikiran .....	39
C. Pengajuan Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	45

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	45
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
D. Definisi Operasional Variabel .....	48
E. Instrumen Penelitian .....	50
F. Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
G. Uji Asumsi Klasik .....	50
H. Uji Hipotesis .....	53

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

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	57
1. Sejarah Pt Mustika Ratu .....	57
2. Visi, Misi, Budaya PT mustika ratu tbk.....	59
3. Struktur Organisasi Pt Mustika Ratu Tbk .....	61
B. Hasil Pembahasan .....	62
1. Uji Asumsi Klasik .....	62
a. Uji Normalitas Data .....	62
b. Uji Multi Kolinieritas .....	62
c. Uji Heterokedastisitas Data.....	63
d. Uji Auto Korelasi .....	64
2. Uji Hipotesis .....	64
a. Uji T (Uji Parsial) .....	65
b. Uji F (Uji Simultan).....	65
c. Koefisien Detereminasi R <sup>2</sup> .....	66
C. Pembahasan Penelitian.....	67
a. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.....	69
b. pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih Perusahaan Berdasarkan perspektif Konomi Islam .....	61
c. Pengaruh Biaya Produksi Dan Promosi Terhadap Laba Berih Perusahaan Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam .....	72

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	77
B. Saran.....	78

#### **DAFTAR RUJUKAN**

## LAMPIRAN

### DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Pt Mustika Ratu Tbk 2015 – 2022 .....	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	48
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Data .....	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas Data.....	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Auto Korelasi .....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Secara Parsial Dengan Uji T .....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Secara Simultan Dengan Uji F .....	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinan .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Mustika Ratu Tbk.....	61



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 2. Hasil Uji Normalitas

Lampiran 3. Hasil Uji Multikolinieritas Dan Autokorelasi

Lampiran 4..Hasil Uji Heterokedastisitas

Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda





# 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 terkait dengan tujuan skripsi. Penegasan tujuan tersebut bertujuan untuk menghindari adanya kesalahpahaman ataupun kekeliruan dalam memaknai arti dan makna dari istilah yang digunakan pada judul skripsi tersebut. Disamping itu, langkah ini merupakan proses penekanan pokok permasalahan yang akan dibahas pada skripsi. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT Muatika Ratu Tbk Tahun 2015-2022)”**. Untuk itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut yaitu sebagai berikut :

- a. Pengaruh merupakan kemampuan yang datang dari sesuatu, seperti manusia, benda-benda yang turut membentuk sebuah watak, perilaku seorang atau kepercayaan.<sup>1</sup>
- b. Biaya produksi adalah suatu proses untuk memastikan bahwa aktivitas terjadi sesuai dengan aktivitas yang direncanakan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Nola Marka and Vanica Serly, ‘Pengaruh Pengungkapan Identitas Etika Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia’, *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2.2 (2020), 2861–72.

<sup>2</sup> Lukman Hidayat and Suhandi Halim, ‘Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan’, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1.2 (2013), 159–68.

- c. Biaya promosi adalah pengorbanan finansial yang dilakukan oleh bisnis untuk melakukan operasi promosinya.<sup>3</sup>
- d. Laba akuntansi adalah selisih antara laba yang direalisasikan yang diperoleh dari transaksi perusahaan pada suatu periode tertentu dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan.
- e. Perusahaan adalah lembaga yang terstruktur dan didorong untuk menyediakan barang atau jasa kepada masyarakat untuk keuntungan.<sup>4</sup>
- f. Bursa efek adalah pihak yang mengatur dan menawarkan suatu sistem atau cara untuk menagih penawaran jual beli efek dari pihak lain dengan maksud untuk mempertukarkan efek di antara mereka.<sup>5</sup>

## **B. Latar Melakang Masalah**

Dunia bisnis berkembang pesat di era globalisasi saat ini, yang meningkatkan daya saing hingga tidak dapat dihindari lagi. Tingkat persaingan di sektor korporasi yang semakin meningkat dan semakin ketat, memaksa perusahaan untuk meningkatkan kinerja agar dapat bertahan. Pada hakekatnya semua bisnis besar, menengah dan kecil didirikan dengan tujuan mencapai keuntungan, sehingga mereka terus berupaya meningkatkan keuntungannya di atas biaya operasional. Kapasitas perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan keuntungan yang signifikan mengakibatkan Naik turunnya penjualan tidak lepas dari

---

<sup>3</sup> F Rangkti, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus* (Gramedia Pustaka Utama, 2013).

<sup>4</sup> Nur Islamiyah, Rita Andini, and Abrar Oemar, 'Analisis Biaya Operasional Dan Perputaran Persediaan Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-20)', *Journal Of Accounting*, 4.4 (2018).

<sup>5</sup> Asep Muhammad Lutfi And Nardi Sunardi, "Pengaruh Current Ratio (Cr), Return On Equity (Roe), Dan Sales Growth Terhadap Harga Saham Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)," *Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)* 2, No. 3 (2019): 83.

aktifitas penjualan suatu perusahaan. Tetapi agar hal - hal dapat berlanjut sesuai rencana, baik laba penjualan yang menurun atau lebih tinggi harus ditangani dengan cepat.<sup>6</sup>

Di era globalisasi tingkat persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat, hanya perusahaan yang berkinerja tinggi yang akan bertahan. Perusahaan harus lebih efisien dalam menjalankan aktivitasnya dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, terutama dalam kondisi perekonomian saat ini yang penuh dengan ketidak pastian, dimana krisis ekonomi yang melanda Indonesia sangat parah dan merugikan semua sektor perekonomian, sehingga diperlukan untuk mengoptimalkan sumber daya yang mereka miliki.<sup>7</sup>

Tujuan perusahaan tidak selalu sama, namun pada umumnya tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan sehingga segala aktivitas dalam perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Pentingnya menurunkan biaya produksi karena berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan. Manajemen memerlukan informasi tentang biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan pesanan tertentu untuk menentukan apakah pesanan tertentu mampu menghasilkan laba kotor atau mengakibatkan kerugian kotor.<sup>8</sup>

Laba merupakan salah satu tujuan utama didirikannya suatu badan usaha atau perusahaan. Jika perusahaan tidak menguntungkan, maka tidak dapat memenuhi tujuan lainnya, seperti pertumbuhan atau pengembangan yang berkelanjutan atau yang dikenal dengan *going concern and social*

---

<sup>6</sup> Lie Lengkung Kusumawati, 'Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Roti Merk Pie Ganysha', *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 1.3 (2016), 288–94.

<sup>7</sup> felicia 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.

<sup>8</sup> Irpan Januarsah and others, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5.1 (2019), 32–39.

responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan keuntungan tersebut, perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, menggunakan lebih banyak kemampuan, memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan, dan perusahaan dapat memperkuat kondisi ekonomi secara keseluruhan.<sup>9</sup>

Semua bisnis, besar atau kecil, berusaha untuk meningkatkan keuntungan mereka. Banyak langkah akan diambil untuk meningkatkan keuntungan. Laba bersih perusahaan pada PT Mustika Ratu mengalami fluktuasi. Salah satu cara untuk memaksimalkan laba adalah dengan menekan biaya produksi dan operasional. apabila perusahaan dapat menekan biaya produksi maka dapat meningkatkan laba bersih, begitu pula sebaliknya jika biaya terbuang sia-sia maka keuntungan berkurang. Pertumbuhan suatu perusahaan dan laba yang dihasilkannya dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan tugas - tugas yang berkaitan dengan operasi perusahaan. Sehingga laba atau rugi sering kali berguna untuk menilai kinerja perusahaan. Hasilnya, operasional perusahaan sehari-hari dapat ditingkatkan dan dapat berkolaborasi dengan perusahaan lain.<sup>10</sup>

Berikut merupakan tabel data laba perusahaan PT Mustika Ratu Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 - 2022.

---

<sup>9</sup> Basu Swastha and T Hani Handoko, 'Manajemen Pemasaran', *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty, 2002.*

<sup>10</sup> Januarsah and others.

**Tabel 1. Data Laba Penjualan  
PT Mustika Ratu Tbk 2015- 2022**

<b>Tahun</b>	<b>Laba</b>			
<b>Bulan</b>	<b>Maret</b>	<b>Juni</b>	<b>Septembe r</b>	<b>Desembe r</b>
2015	1.579.761 .571	4.601.128 .848	5.229.617 .174	1.045.990 .311
2016	272.192.3 36	490.033.8 00	(5.606.29 6.344)	(5.549.46 5.578)
2017	439.962.8 05	879.010.5 66	1.496.447 .818	(1.283.33 2.109)
2018	684.259.7 89	1.041.329 .012	789.633.6 44	(- 2.256.476 .497)
2019	(2.490.51 5.917)	2.288.117 .083	2.306.303 .871	2.429.538 .219
2020	1.245.650 .434	1.453.543 .108	601.606.9 78	(6.766.71 9.891)
2021	1.915.466 .720	2.257.294 .088	336.723.5 77	357.509.5 51
2022	310.676.8 67	(9.177.59 8.309)	(17.858.0 13.378)	67.812.03 4.137

*Sumber: Laporan Keuangan PT Mustika Ratu*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa laba perusahaan PT Mustika Ratu mengalami keuntungan dan kerugian dari tahun 2015 sampai tahun 2022. Dimana pada

bulan desember tahun 2022 laba bersih perusahaan sebesar 67.812.034.137.<sup>11</sup>

Perusahaan harus siap bersaing untuk meningkatkan kualitas outputnya jika tidak akan beresiko dijatuhkan dengan mudah oleh perusahaan saingan. Akibatnya, mereka meminta bayaran, dengan biaya promosi digunakan untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan atau meningkatkan penjualan untuk mencapai keuntungan yang diinginkan. Perusahaan harus melakukan kampanye pemasaran promosi yang agresif untuk membujuk pelanggan agar tertarik dengan barang yang mereka jual. Untuk meningkatkan laba bersih perusahaan, bisnis harus melakukan segera kemungkinan untuk membangkitkan minat konsumen pada hal – hal yang mereka tawarkan.<sup>12</sup>

Salah satu metrik terpenting perusahaan adalah penjualan karena itulah hal-hal yang dapat menghasilkan keuntungan. Agar suatu perusahaan dapat berkembang dalam dunia bisnis dan berkembang, maka perlu menghasilkan laba yang banyak. kualitas barang juga harus tinggi untuk meningkatkan penjualan perusahaan. Sangat penting bahwa mereka meningkatkan keunggulan kompetitif mereka, karena itu organisasi bisnis harus mampu menyediakan produk berkualitas tinggi jika ingin bersaing. Agar tetap kompetitif di pasar, manajemen harus menjunjung tinggi, menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Karena tidak setiap perusahaan mampu menghasilkan kualitas sebagai alat strategis akan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya dalam menguasai pasar. Penyediaan produk dengan kualitas prima, harga yang wajar dan pengiriman yang cepat diperlukan untuk memenangkan persaingan perusahaan.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> ‘Laporan Tahunan Dan Berkelanjutan’, 2021.

<sup>12</sup> Ida Bagus Komang Ary Wardana, Anjuman Zuhri, and Iyus Akhmad Haris, ‘Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Patung Pada UD. Taksu Bali Didesa Panji Periode Tahun 2012-2014’, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5.1 (2015).

<sup>13</sup> Ray H Garrison, Eric W Noreen, and Peter Brewer, ‘Akuntansi Manajerial Buku 1’, *Salemba Empat: Jakarta*, 2006.

Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan bisnis untuk mendatangkan klien baru dan menyediakan barang jadi kepala pelanggan dikenal sebagai biaya promosi.<sup>14</sup> Biaya pemasaran adalah biaya lain yang direncanakan secara metodis dan mencakup lebih banyak informasi tentang biaya pemasaran yang kadang-kadang akan dikeluarkan perusahaan untuk periode mendatang. Hal ini melibatkan persiapan untuk berbagai jenis biaya pemasaran, beban keuangannya, kapan terjadinya dan lokasi biaya tersebut. Biaya pemasaran yang dihasilkan dari interaksi antara bisnis dan klien. Pengeluaran ini mencakup hal-hal seperti pengembangan produk, periklanan, distribusi dan promosi penjualan. Yang meliputi memilih media (majalan, televisi dll), menentukan format iklan dan menentukan pemesanannya.

Setiap bisnis ingin tumbuh dan berkembang. Hanya dengan melakukan upaya untuk mempertahankan tingkat keuntungan perusahaan tujuan ini dapat tercapai. Bisnis ini hanya dapat dijalankan jika korporasi meningkatkan penjualan melalui upaya menarik dan mempertahankan klien serta menguasai pasar. Hanya jika divisi pemasaran perusahaan berkerja menuju tujuan ini perusahaan harus bekerja untuk memengaruhi konsumen agar menghasilkan permintaan akan produk, menjaganya tetap tumbuh dan mengembangkannya. Upaya ini dapat dicapai dengan kampanye pemasaran yang dilakukan sesuai dengan seluruh strategi pemasaran, sehingga sering terjadi upaya promosi oleh suatu bisnis pasti akan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, yang kemudian akan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.<sup>15</sup>

Sebuah perusahaan nasional bernama PT. Mustika Ratu Tbk bergerak dibidang jamu, kosmetik dan bahan - bahan untuk sektor perawatan kecantikan. Awal pendirinya yaitu putri keraton surakarta, DR. Hj. BRA Mooryati Soedibyo, S

---

<sup>14</sup> William N Lanen, Shannon W Anderson, and Michael W Maher, 'Dasar-Dasar Akuntansi Biaya', Jakarta: Salemba Empat, 2017.

<sup>15</sup> Sofjan Assauri, 'Manajemen Pemasaran (Edisi 1)', Jakarta: Rajawali Pustaka, 2015.

.S, M Hum berperan penting dalam berdirinya perusahaan kosmetik terbesar di Indonesia ini dengan menjunjung tinggi budaya yang telah ada selama bertahun-tahun akan lebih ditekankan pengguna bahan alami untuk membuat selain yang utamanya dibuat untuk tujuan kesehatan dan kecantikan. Warisan tidak hanya digunakan untuk bahan baku pembuatan, tetapi ada juga rencana untuk memanfaatkannya untuk menghasilkan tumbuhan berkhasiat lain yang telah lama menjadi monopoli dipasar luar negeri. Bisnis kosmetik dan perhiasan tersebut di Indonesia dijalankan oleh Mustika Ratu. Hal ini berjalan dengan pencatatan aset untuk pertama kalinya dalam jajarannya nama perusahaan di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 27 Juli 1995. Hingga saat ini Mustika Ratu telah mempekerjakan lebih dari 3000 orang karyawannya yang telah memproduksi banyak varian jamu dan kosmetik, diantaranya perawatan rambut (shampo bayam, minyak cemen, shampo merang, rice straw shampoo, hibiscus life 2in1 shampoo), perawatan wajah (pembersih jeruk nipis, ketimun, sari sekar gambir, mawar, penyegar mawar merah, ketimun, dll), perawatan badan (zaitun, pepaya, kopi body care, dll), jamu beras kencur, kunir asam dan masih banyak lagi produk jamu dan kosmetik lainnya.

Pada umumnya perusahaan mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa prinsip dasar muamalah adalah mubah. Dalam hukum Syara' dijelaskan bagaimana seharusnya harta kekayaan (barang dan jasa) diperoleh, juga menjelaskan bagaimana manusia mengelola (mengonsumsi dan mengembangkan) harta serta bagaimana mendistribusikan kekayaan yang ada.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Nur Jannah, 'Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omset Penjualan Pada PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013).

Permasalahan secara teoritis yang terjadi pada perusahaan ini adalah pada tahun 2015 – 2022 laba yang dihasilkan selama 8 tahun terakhir mengalami fluktuasi dapat dikatakan bahwa perolehan laba dapat dipenuhi perkembangan pada setiap perusahaan. Karena perusahaan tersebut mampu dalam bentuk manajemen menggunakan aset perusahaan secara efektif dalam menghasilkan laba. Sedangkan biaya promosi dan biaya produksi selama 8 tahun terakhir mengalami fluktuasi karena dia dalam setiap tahunnya tidak mengalami ketetapan, disini dapat dikatakan perusahaannya dalam kondisi sewajarnya. Secara praktis yaitu apabila perusahaan lebih sering mengalami kerugian dapat mengakibatkan perusahaan lama kelamaan akan bangkrut dan masyarakat bisa kehilangan lapangan pekerjaan dan pendapatan masyarakat secara tidak langsung akan berkurang, apabila perusahaan dalam kondisi yang sebaliknya maka dapat membantu masyarakat yang belum memiliki pekerjaan untuk mendapatkan lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada.

Pendapatan dalam islam terdapat parameter al-falah. Falah adalah kesejahteraan yang hakiki, kesejahteraan yang sebenar-benarnya dimana komponen-komponen ruhaniah masuk kedalam pengertian falah ini. Agama islam sebagai pedoman hidup manusia tidak hanya mengatur ibadah ritual saja tetapi merupakan aturan lengkap yang mencakup aturan ekonomi. Ekonomi tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, sehingga tidak mungkin Allah SWT tidak mengatur masalah yang demikian penting. Islam mengajarkan umatnya untuk bekerja memproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktifitas ekonomi seperti: pertanian, perkebunan, perikanan, perdagangan dan perindustrian. Islam memberkati pekerjaan dunia ini dan menjadikannya bagian dari ibadah dan jihad jika disertai dengan niat.<sup>17</sup> Berikut firman Allah SWT:

---

<sup>17</sup> Lukman Hakim, 'Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam' (Jakarta: Erlangga, 2012).

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا ۖ وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا  
يُظَلَمُونَ

Artinya :*Dan bagi masing – masing mereka derajat menurun apa yang telah mereka kerjakan dan agar allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan – pekerjaan mereka sedang tiada dirugikan” (Q.S Al- Ahqaaf-17).*<sup>18</sup>

Ayat diatas berhubungan dengan pendapatan yaitu Allah SWT telah menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling sempurna dari makhluk ciptaan Allah karena manusia memiliki akal untuk digunakan membedakan mana hal yang baik dan mana hal yang buruk. Dan allah memberikan kelebihan kepada manusia agar mampu mencari hikmah yang allah ciptakan didunia ini dan menuntut kita supaya senantiasa bekerja dan mencari nafkah dengan cara yang halal lagi baik.

Etika bisnis menunjuk kepada studi tantang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis, maka etika promosi menunjuk kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan melakukan promosi bisnis. Alqur’an mengajarkan bahwa dalam berbisnis hendaklah mengajak/menyeru kepada yang ma’ruf dan mencegah yang mungkar. Ma’ruf adalah sesuatu yang diketahui oleh manusia bahwa hal itu disenang oleh Tuhan, baik itu perkara wajib atau sunnah, yang mengandung kemaslahatan untuk individu dan jama’ah.<sup>19</sup> Sebagaimana yang telah ditulis dalam Alquran:

قَالَ اجْعَلْنِي عَلِيَّ خَزَائِنِ الْأَرْضِ ۗ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْكُمْ

Artinya: *Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan.*

---

<sup>18</sup> R I Departemen Agama, ‘Al-Qur’an Dan Terjemahan’, Jakarta: PT Syaamil Cipta Media, 2005.

<sup>19</sup> Jannah.

Biaya produksi memiliki dampak positif tetapi tidak signifikan secara statistik terhadap laba bersih perusahaan, menurut penjualan, menurut penelitian sebelumnya oleh Jaluanto et al. (2012) yang mengeksplorasi hubungan ini. Sementara studi oleh Ali Imron (2010) menunjukkan bahwa ada hubungan jalan tengah antara biaya produksi dan . Terdapat korelasi antara biaya promosi dengan dengan volume penjualan, menurut studi tambahan Ida Bagus Komang Ary Wardana (2015) tentang pengeluaran promosi. Menurut penelitian Astrid Ilmina dkk (2012) terdapat korelasi yang tipis namun positif antara variabel biaya promosi dan volume penjualan. Berdasarkan latar belakang tersebut dan penelitian terdahulu, maka penelitian tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul : **“Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2015 - 2022)”** .

### **C. Identifikasi dan Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalah bahwasannya pada tahun 2015 – 2022 laba yang dihasilkan selama 8 tahun terakhir mengalami fluktuasi karena dalam setiap tahunnya tidak mengalami ketetapan dalam menentukan biaya yang dikeluarkan seperti biaya produksi dan biaya promosi.

Agar pembahas dalam penelitian ini dapat dipahami dengan mudah dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan penulis, maka penulis memberikan batasan-batasan masalah dalam penelitian ini. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah fokus penelitian pada Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran yang berhubungan dengan Laba Perusahaan (Studi Pada PT Mustika Ratu Tbk tahun 2015–2022). Dimana peneliti ini menggunakan variabel independen biaya produksi dan biaya promosi serta variabel dependennya yaitu laba perusahaan. Sehingga penelitian ini berfokus pada PT Mustika Ratu Tbk pada periode 2015 – 2022.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan ialah, pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam (studi pada PT Mustika Ratu Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2022) Sebagai berikut :

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam PT Mustika Ratu Tbk tahun 2015-2022 ?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam PT Mustika Ratu Tbk tahun 2015-2022 ?
3. Apakah pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam PT Mustika Ratu Tbk tahun 2015-2022 ?

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

Berdasarkan masalah yang telah penulis jabarkan, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mendapatkan pemahaman / pengetahuan mengenai :

1. Untuk mengetahui apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam PT Mustika Ratu Tbk tahun 2015-2022.
2. Untuk mengetahui apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam PT Mustika Ratu Tbk tahun 2015-2022.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam PT Mustika Ratu Tbk tahun 2015-2022.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini yang dapat diterapkan tergantung pada kesulitan dan ruang lingkungannya, antara lain sebagai berikut:

## 1. Secara Teoritis

- a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman, referensi, dan bahan pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai kontribusi pemikiran optimis, khususnya dibidang bagaimana pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam.
- b. Sebagai titik awal atau panduan untuk menyelidikan tambahan yang berkaitan dengan pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam.

## 2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis  
Menambah pengetahuan dan kemampuan penulis dalam bidang penelitian, serta menambah wawasan penulis tentang penerapan ilmu baik secara teori secara praktik selain itu, untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan.
- b. Bagi pembaca  
Sebagai saran pembaca untuk meningkatkan pemahaman dan wawasan terhadap sumber informasi dan juga sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian pada objek atau masalah yang sama.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian sebelumnya berharga untuk perbandingan dan referensi, dan juga berguna untuk menghindari tumpang tindih dengan penelitian ini. Sebagai upaya untuk melakukan penyesuaian, penulis studi ini telah memasukkan temuan-temuan dari penelitian terdahulu kedalam sejumlah publikasi yang dianggap sebagai sumber signifikan. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai ruang lingkup hampir sama yang dijelaskan secara ringkas sebagai acuan dalam penelitian ini :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Juariyah dan Rosyati tahun 2021 yang berjudul “ Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan (Studi Pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019) “ tujuan dari penelitian ini yaitu untuk meramal bagaimana, keadaan, pengaruh serta hubungan variabel independen (X), terhadap variabel dependen (Y) yang dimediasi oleh variabel (Z). dengan hasil dari analisis regresi yang telah dilakukan diperoleh hasil: (1). Variabel biaya promosi (X1), biaya produksi (X2), dan volume penjualan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap laba bersih. (2). Variabel biaya promosi (X1) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap volume penjualan. (3). Variabel biaya produksi (X2) tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap volume penjualan. (4). Variabel biaya volume penjualan (z) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap laba bersih. (5). Variabel biaya promosi (X1) tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap laba bersih. (6). Variabel biaya produksi (X2) tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap laba bersih. (7). Variabel biaya promosi (X1) secara tidak langsung melalui volume penjualan (Z) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. (8). Variabel biaya produksi (X2) secara tidak langsung melalui volume penjualan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap laba bersih.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Lasca Radella, dkk tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penjualan Laba Bersih” tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh biaya promosi, biaya kualitas dan pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba bersih. Dengan hasil biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih, biaya kualitas berpengaruh negatif terhadap

perubahan laba bersih, serta pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap perubahan laba bersih.<sup>20</sup>

3. Rahmania Nasution, dkk tahun 2020 universitas muslim nusantara al - washliyah dengan judul "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Volume Penjualan Pada PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2). Dari hasil penelitian dan pembahasan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap tingkat volume penjualan di PT. Istana Kemuliaan Deli (IDK2). Proporsi volume penjualan yang dipengaruhi oleh biaya promosi setara dengan 31,0 %, sedangkan sisanya sebesar 69,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.<sup>21</sup>
4. Dewi Masruroh, dkk tahun (2019) Universitas Jember dengan judul "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Pada Sentral Yamaha Jember Tahun 2016-2018". *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Adapun hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti akan menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor pada Sentral Yamaha Jember sebesar 82, 6% sedangkan 17,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti seperti selera konsumen, kualitas produk dan lain lain.<sup>22</sup>
5. Irfan Januarsa tahun (2019) Universitas Sultan Agung yang berjudul " Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia, TBK yang terdaftar di bursa efek Indonesia". *Jurnal Akuntansi* dengan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, gambaran biaya produksi dan biaya

---

<sup>20</sup> Januarsah and others.

<sup>21</sup> Rahmania Nasution, Alistraja Dison Silalahi, and Ova Novi Irama, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Volume Penjualan Pada PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2)," *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (JAAPI)* 1, no. 2 (2020): 79–83.

<sup>22</sup> Dewi Masruroh, Joko Widodo, and Mukhamad Zulianto, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Pada Sentral Yamaha Jember Tahun 2016-2018," *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 13, no. 2 (2019): 49–54.

pemasaran cenderung meningkatkan sedangkan laba perusahaan cenderung menurun.<sup>23</sup>

6. Nur Islamian, Rita Andini, Abrar Oemar (2018) dengan judul “Analisis Biaya Operasional dan Perputaran Persediaan Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Moderating (pasa Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik keperluan rumah tangga yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Periode 2012–2016) Universita Pandanaran dengan Hasil penelitian yaitu sebagian biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.<sup>24</sup>
7. Asep mulyana, tahun (2017) Universitas Nurtanio Bandung dengan judul “pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha samsung co tahun 2009 – 2015”. Jurnal Manajemen Indonesia hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simulat dari biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha sebesar 85,8% hasil hitung  $f = 12,118$  F-tabel = 6,94 hasil dari kesalahan 5%, tidak ada pengaruh secara parsial dari biaya produksi terhadap laba usaha -7.37 rendah dari hasil = 2,776 hasilnya adalah signifikan 5 %, secara pesial ada pengaruh dari terhadap laba usaha dari biaya promosi dari hitung  $t = 2.959$  t tabel lebih = 2,776 nilai signifikan 5%.<sup>25</sup>

Perbedaan penelitian :

Perbedaan penelitian yang dilakukan Nurul Juariyah dan Rosyati dengan peneliti terletak pada variabel yang digunakan. Pada peneltian terdahulu menggunakan dua variabel X yaitu X1 biaya promosi X2 biaya produksi, lalu

---

<sup>23</sup> Januarsah and others.

<sup>24</sup> Islamiyah, Andini, and Oemar, ‘Analisis Biaya Operasional Dan Perputaran Persediaan Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-20’.

<sup>25</sup> Asep Mulyana, ‘Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Lab Ausaha Samsung Co Tahun 2009-2015’, *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17.3 (2017), 185–96.

variabel Y yang dimediasi oleh variabel Z yaitu laba bersih dan volume penjualan. Sedangkan peneliti menggunakan dua variabel X yaitu variabel X1 biaya produksi dan variabel X2 biaya promosi dan satu Variabel Y yaitu laba bersih perusahaan. Selain itu pada penelitian terdahulu tidak terdapat teori yang digunakan sedangkan peneliti menggunakan desiton usefulness theory, penelitian terdahulu menggunakan studi PT uniliver Indonesia Tbk periode tahun 2015-2019, sedangkan peneliti menggunakan studi PT Mustika ratu Tbk tahun 2015-2022

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Lasca Radella,dkkdengan peneliti terletak pada Sedangkan peneliti menggunakan dua variable X yaitu variabel X1 biaya produksi dan X2 biaya promosi. Selanjutnya variabel Y perubahan laba bersih sedangkan peneliti variabel Y laba bersih perusahaan. Teory yang digunakan pada peneliti terdahulu menggunakan signalling theory sedangkan pada penelitian ini menggunakan desition usefulness theory. yang dilakukan oleh Lasca Radella, dkk dengan penelitian terletak pada variable X yang digunakan ada tiga yaitu variable X1 biaya promosi, X2 biaya kualitas, X3 pertumbuhan penjualan. Selanjutnya objek yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia dari tahun 2017-2019 sedangkan peneliti menggunakan objek PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2015 sampai tahun 2022.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh rahmania Nasution, dkk dengan peneliti terletak pada variabel X yang digunakan yaitu biaya promosi, sedangkan peneliti menaggunakan dua variabel X yaitu variabel X1 biaya produksi dan variabel X2 biaya promosi. Selanjutnya variabel Y tingakt volume penjualan sedangakn peneliti menggunakan variabel Y laba bersih perusahaan. Pada penelitian terdahulu tidak menggunakan theory sebagai penguat penelitian sedangkan peneliti menggunakan theory desition usefulness theory. Selanjutnya objek yang digunakan yaitu PT. ISTANA

DELI KEJAYAAN (IDK2) sedangkan peneliti menggunakan objek PT mustika ratu Tbk.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Masaruroh, dkk dengan penelitian terletak pada variabel X yang digunakan hanya satu yaitu variabel X biaya promosi dan peneliti menggunakan dua variabel X yaitu variabel X1 biaya produksi dan variabel X2 biaya promosi. Selanjutnya variable Y volume penjualan sedangkan peneliti menggunakan variabel Y laba bersih perusahaan. Pada penelitian terdahulu tidak mencantumkan theory yang digunakan sedangkan peneliti menggunakan theory desition usefulness theory. Selanjutnya objek yang digunakan penelitian terdahulu yaitu sentral Yamaha jember tahun 2016-2018 sedangkan peneliti menggunakan PT mustika ratu Tbk tahun 2015-2022. Pda penelitian terdahulu menggunakan data primer sedagkan peneliti menggunakan data sekunder.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh irfan januarsa dengan peneliti terletak pada penelitian terdahulu tidak menyantumkan teori yang digunakan sedangkan peneliti menggunakan desition usefulness theory, selanjutnya penelitian terdahulu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif, sedangkan peneli menggunakan metode kuantitatif. Objek yang digunakan penelitian terdahulu yaitu PT PP London sumatera Indonesia tbk yang terdaftar di bursa efek Indonesia sedangkan peneliti menggunakan PT Mustika ratu Tbk tahun 2015 sampai 2022.

Perbedaan penelitian Nur Islamian, Rita andini, Abrar Oemar dengan peneliti terletak pada variabel X yang digunakan ada dua yaitu variabel X1 biaya operasional dan variabel X2 perputaran persediaan, sedangkan peneliti menggunakan variabel X1 biaya produksi dan variabel X2 Biaya promosi. Studi yang digunakan penelitian terdahulu yaitu pada perusahaan manufaktur sub sector kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di bursa efek Indonesia

periode 2012-2016 sedangkan peneliti menggunakan PT mustika ratu Tbk tahun 2015-2022.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh asep mulyana dengan peneliti terletak pada studi yang digunakan, pada penelitian terdahulu menggunakan studi Samsung Co tahun 2009-2015 sedangkan peneliti menggunakan studi PT Mustika ratu Tbk tahun 2015-2022. Selain itu tehnik pengumpulan data yang digunakan hanya satu yaitu library research sedangkan peneliti menggunakan tiga tehnik pengumpulan data yaitu library research, dokumentasi, dan media elektronik. Pada penelitian terdahulu tidak terdapat teori yang digunakan sedangkan peneliti menggunakan desition usefulness theory.

## **H. Sistematika Penulis**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi penjelasan mengenai penjelaan judul, latar belakang masalah, alasan memilih judul, 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**

Berisi penjelasan mengenai landasan teori yang mendasari penelitian, kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi penjelasan mengenai waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan tehnik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji validitas dan reabilitas data dan tehnik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi penjelasan setelah diadakan penelitian. Hasil tersebut mencakup mengenai deskriptif data, pembahasan hasil penelitian dan analisis.

**BAB V : PENUTUP**

Berisi penjelasan mengenai kesimpulan dan hasil yang diperoleh setelah dilakukan penelitian. Selain itu, disajikan keterbatasan serta rekomendasi dan saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Landasan Teori

#### 1. Teori (*Desition-Usefulness Theory*)

(*decision-usefulness theory*) adalah suatu pendekatan laporan keuangan yang mengakui tanggung jawab individu untuk memprediksi kinerja perusahaan dimasa akan datang dan memfokuskan pada penyediaan informasi yang berguna untuk tujuan ini. inforasi akuntansi telah dikenal sejak tahun 1954 dan telah menjadi referensi daripenyusunan kerangka konseptuan financial accounting setandar boards (FASB), yaitu *statement of financial accounting concepts* (SFAC) yang berlaku diamerika serikat.<sup>26</sup> Awalnya teori ini dikenal dengan nama lain yaitu *a theory of accounting to investors*. Teori kegunaan keputusan informasi akuntansi tercermin dalam bentuk kaidah-kaidah yang harus dipenuhi oleh komponen-komponen pelaporan keuangan agar dapat bermanfaat dalam rangka pengambilan keputusan ekonomi.<sup>27</sup>

Kandungan kualitas primer kegunaan keputusan-keputusan informassi akuntansi meliputi komponen-komponen kandungan dari nilai relevan, yaitu ketepatan waktu (*timeliness*), nilai umpan balik (*feed back value*) dan nilai prediktif (*prediktif value*) dan komponen-komponen kandungan *reabilitas*, yaitu menggambarkan yang senyatanya (*repsentation faithfulness*), *netralitas* dan dapat diperiksa. Selain itu juga terdapat kualitas sekunder

---

<sup>26</sup> Irham Irham, "Peran Moderasi Pemanfaatan Sistem Teknologi Informasi Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah" (Universitas Hasanuddin, 2023).

<sup>27</sup> Endang Kiswara, 'Nilai Relevan Dan Reliabilitas Kegunaan-Keputusan Informasi Akuntansi Menurut Sfac No. 2 Dalam Penyajian Laporan Keuangan Dengan Metode-Metode Pembebanan Pajak Penghasilan Berbeda' (Universitas Diponegoro, 2011).

sebagai penghubung kualitas sekunder sebagai penghubung kualitas primer yaitu komprabilitas dan taat asas.<sup>28</sup>

Kriteria umum adalah relevan dan reliable informasi akuntansi dapat dikatakan relevan apabila kandungan informasi mempengaruhi pembuatan keputusan dengan menguatkan ataupun mengubah harapan para pengambil keputusan. Nilai relevan diklarifikasikan sebagai kapasitas informasi untuk membuat suatu perbedaan dalam pengambilan keputusan oleh pemakai. Reabilitas didefinisikan sebagai kualitas pemberian jaminan bahwa informasi itu secara rasional bebas dari kesalahan/bias serta mewakili apa yang akan digambarkan, dikatakan reabel apabila kandungan informasi akuntansi dapat dipercaya dan menyebabkan pemakaian informasi membuat suatu keputusan ekonomi tergantung dengan informasi tersebut.

Tujuan dari laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi yang berguna bagi para penggunaanya dalam pengambilan suatu keputusan ekonomi. Seperti yang telah ditetapkan oleh pedoman standar akuntansi keuangan (PSAK) bahwa informasi akuntansi harus memiliki kriteria yang ada agar dapat digunakan oleh para penggunaanya dalam membuat suatu keputusan. Pemahaman yang tidak tepat terhadap informasi yang disajikan dalam laporan keuangan dapat berdampak pada keputusan bisnis yang tidak tepat dimassa depan. Terkait dengan penelitian ini, theory kegunaan-keputusan informasi akuntansi mengandung komponen-komponen yang perlu dipertimbangkan oleh para penyaji informasi akuntansi agar cakupan yang ada dalam suatu laporan keuangan dapat memenuhi kebutuhan para pengambil keputusan yang akan menggunakannya.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Farah Nur Fauziah et al., "Decition Usefulness Approach To Financial Reporting," *Jurnal El-Mahasaba* 1, no. 2 (2022).

<sup>29</sup> Tantriani Sukmaningrum and Puji Harto, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi

Teori ini berhubungan dengan biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih perusahaan karena pada dasarnya setiap pengusaha pasti ada kondisi tidak pasti atau yang disebut dengan untung dan rugi, maka melalui teori ini dapat digunakan untuk merinci laporan keuangan secara detail sehingga dapat memprediksi investasi di masa yang akan datang, kondisi keuangan di masa yang akan datang, serta pengambilan keputusan untuk kesuksesan bersama.

## 2. Biaya produksi

Perusahaan mempunyai fungsi pokok yang lebih kompleks dibandingkan dengan perusahaan dagang dan jasa. Hal ini disebabkan oleh perusahaan harus mengubah bentuk barang yang dibeli menjadi produk jadi atau siap pakai sedangkan perusahaan dagang langsung menjual barang-barang yang dibeli tanpa melakukan perubahan bentuk.<sup>30</sup>

Faktor yang memiliki kepatian yang relative tinggi berpengaruh terhadap penentuan harga jual. Oleh karena untuk memperoleh dan mengolah bahan-bahan menjadi produk jadi dalam kegiatan proses produksi diperlukan dana atau biaya-biaya maka untuk menutup pengeluaran biaya-biaya tersebut biasanya perusahaan memperhitungkannya dalam menetapkan harga jual produk. Kebijakan manajemen dalam menetapkan harga jual produk belum belum memadai jika hanya ditunjukkan untuk mengganti atau menutup semua biaya yang telah dikelurakan, tetapi harus juga menjamin adanya laba yang diharapkan, meskipun keadaan yang dihadapi tidak menguntungkan. Walaupun permintaan dan penawaran

---

Empiris Pada Pemerintah Kabupaten Dan Kota Semarang)' (Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2012).

<sup>30</sup> Agus Putranto, 'Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Wonosobo Kabupatenwonosobo)', *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 4.3 (2017), 280-86.

biasanya merupakan faktor yang menentukan dalam menetapkan harga namun menetapkan harga jual produk yang menguntungkan akan tergantung pula pada pertimbangan mengenai biaya.<sup>31</sup>

Untuk itu perusahaan berusaha untuk menetapkan atau memperkecil pengeluaran biaya, khususnya yang berkaitan dengan kegiatan proses produksi, baik mengenai biaya perolehan bahan baku, biaya yang dikeluarkan untuk bahan pembantu atau penolong, biaya tenaga kerja, penyusutan peralatan, pemeliharaan, dan sebagainya.<sup>32</sup>

Untuk menentukan jumlah biaya produksi yaitu dengan menghiung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Biaya Produksi} = \text{bahan baku} + \text{biaya tenaga kerja langsung} + \text{biaya overhead pabrik}$$

#### 1) Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan baik barang maupun jasa ketika sedang melakukan perdagangan produk. Dapan dipahami juga sebagai akumulasi atau perhitungan biaya ongkos produksi. Menghemat biaya produksi adalah salah satu cara seorang produsen untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir kerugian. Tentunya ketika dalam sebuah usaha yang baik kita dapat mengeluarkan biaya produksi dengan efisien namun dengan pendapatan yang maksimal.<sup>33</sup>

Biaya produksi adalah akumulasi dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk atau barang. biaya-biaya ini meliputi biaya bahan baku,

---

<sup>31</sup> Putranto.

<sup>32</sup> Herlina Restiani, 'Analisis Biaya Produksi Dengan Pendekatan Theory of Constraint (TOC)(Studi Kasus Di PT. Mitra Lestari Abadi (MLA) Banyumas)' (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011).

<sup>33</sup> Hidayat and Halim.

biaya tenaga kerja, biaya operasional barang / pabrik, dan lain sebagainya. Biaya produksi ini harus diakumulasi secara cermat untuk kemudian dihitung dan dibandingkan dengan laba kotor perusahaan. Selisih pendapatan dikurangi biaya produksi akan menjadi laba bersih perusahaan atau total keuntungan yang diperoleh. Biaya produksi ini diperlukan untuk mendukung proses pengelolaan bahan baku menjadi produk jadi yang siap dipasarkan kepada konsumen.<sup>34</sup>

## 2) Unsur Biaya Produksi

Untuk menentukan dan mencapai nominal biaya produksi, terdapat tiga unsur yang saling terkait yang harus diperhatikan, yaitu:<sup>35</sup>

### a) Biaya material langsung (*dirrect materil*)

Biaya material langsung merupakan biaya bahan baku yang bersenthan langsung dengan produk yang akan diproduksi dan nominal yang timbul cenderung mudah ditelusuri. Rumus Biaya Overhead pabrik yaitu :

**$\text{saldo awal dari bahan baku} + \text{pembelian untuk bahan baku} - \text{saldo akhir bahan}$**

### b) Biaya tenaga kerja langsung (*dirrect labor*)

Biaya tenaga kerja langsung adalah upah, tunjangan dan asuransi yang dibayarkan kepada pegawai yang terlibat langsung dalam jalannya proses produksi barang. Rumus biaya tenaga kerja langsung yaitu :

**$\text{DHL} = \text{Total Jam Kerja} \times \text{Tingkat Upah Tenaga Kerja}$**

---

<sup>34</sup> Novela Irene Karly Massie, David P E Saerang, and Victorina Z Tirayoh, 'Analisis Pengendalian Biaya Produksi Untuk Menilai Efisiensi Dan Efektivitas Biaya Produksi', *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13.03 (2018).

<sup>35</sup> A R Sopiyan, "Unsur-Unsur Biaya Produksi Dan Metode Penentuannya," *Eksistensi* 1, no. 3 (2009).

c) Biaya overhead pabrik (*manufacturing overhead*)

Biaya overhead pabrik (BOP) adalah biaya yang secara tidak langsung berkaitan dengan aktifitas pabrik dan terjadi ketika memproduksi suatu produk. Biaya overhead pabrik meliputi:

1. Biaya material tidak langsung (*indirect material*)

Bahan tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi namun cenderung sulit untuk dilacak nominalnya.

2. Tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*)

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pegawai yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi.

3. Biaya overhead lain

Biaya utilitas pabrik, sewa gedung dan tanah, depresiasi mesin dan asuransi.

Rumus untuk mencari biaya overhead pabrik yaitu :

**Biaya tidak langsung/biaya langsung X 100%**

3) Macam – Macam Biaya Produksi

Biaya produksi terdiri dari.<sup>36</sup>

a) Biaya Produksi Jangka Pendek

Biaya produksi jangka pendek diturunkan dari fungsi produksi jangka pendek dengan demikian biaya produksi jangka pendek juga dirincikan dengan adanya biaya tetap.

b) Biaya Produksi Jangka Panjang

Biaya produksi jangka panjang biaya yang dapat disesuaikan untuk tingkat–tingkat produksi tertentu. Dalam setiap kegiatan yang dilakukan organisasi atau perusahaan pemilik suatu tujuan

---

<sup>36</sup> Amelia A A Lambajang, “Analisis Perhitungan Biaya Produksi Menggunakan Metode Variabel Costing PT. Tropica Cocoprime,” *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 3 (2013).

yang sangat penting dan harus ditetapkan sebelum perusahaan atau organisasi mengambil suatu tindakan/strategi. Tujuan dapat memberi pengarahannya dengan menggambarkan keadaan masa yang akan datang yang sangat diharapkan untuk menjadi kenyataan. Disamping itu pula tujuan dapat dijadikan alat untuk menilai efektifitas perusahaan diukur dari tingkat sejauh mana perusahaan mampu untuk mewujudkan tujuannya.

#### 4) Konsep Biaya Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam buku ekonomi islam menjelaskan panjang lebar tentang motif-motif produksi. Menurutnya, produksi merupakan pengambilan manfaat dari setiap partikel pada alam semesta adalah merupakan tujuan ideologi umat muslim. Hal ini jelas karena kewajiban keagamaan bagi manusia terhadap dunia dan ia secara langsung bersumber pada pandangan islam mengenai manusia dan alam semesta. Karena islam mengancam tujuan ini dengan dua sasaran, yaitu saran etik dan hukum. Dalam pandangan islam, produksi merupakan upaya untuk meningkatkan tidak hanya kondisi materialnya tetapi juga moralnya karena sarana untuk mencapai diakhirat kelak.<sup>37</sup> Pentingnya suatu kegiatan produksi diatur dalam Q.S Al-Baqarah ayat 22:

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فُرُشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ ۗ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٢٢

Artinya : “ Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit dialah yang

<sup>37</sup> Mochar Daniel, ‘Pengantar Ekonomi Pertanian’, 2002.

*menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah – buahan sebagai rezki untukmu : karena itu janganlah km mengadakan sekutu – sekutu bagi allah. Padahal kamu mengetahui, ialah segalanya sesuatu yang disembah disamping menyembah allah seperti berhala-berhala, dewa-dewa, dan sebagainya. Sebagai atap dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezeki untukmu; karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi allah, padahal kamu mengetahui.” (Q.S Al-Baqarah : 22)<sup>38</sup>*

Kegiatan produksi merupakan siddiq sebagaimana yang dikutip M.Nur Rianto didefinisikan sebagai menyediakan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kemanfaatan (masalah) bagi masyarakat. Berdasarkan definisi diatas terlihat bahwa kegiatan produksi dalam perspektif ekonomi islam adalah terikat dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi. Secara garis besar setiap kepentingan manusia yang sesuai dengan aturan dan prinsip syariah harus menjadi target dari suatu kegiatan produksi, dimana produksi adalah proses mencari, mengalokasikan, dan mengelola sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan dan memberi masalah bagi manusia.<sup>39</sup> Adapun prinsip-prinsip produksi yaitu :

---

<sup>38</sup> Aziz Abdul, 'Etika Bisnis Islam Perspektif Islam' (Bandung: Alfabeta, 2013).

<sup>39</sup> Euis Amalia and M Nur Rianto Al Arif, 'Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Konvensional', Penerbit Kencana Prenada Media Group: Jakarta, 2010.

a. berproduksi dalam lingkungan halal

dalam system ekonomi islam tidak semua barang dapat diproduksi oleh sebab itu, dilarang memproduksi dan memperdagangkan komoditas yang haram. Produk yang dihasilkan harus memberikan manfaat yang baik, tidak mudharat atau membahayakan bagi komsumen, baik dari sisi kesehatan maupun moral kenaikan volume produksi tidak akan dapat menjamin kesejahteraan masyarakat secara maksimum, tanpa memperhitungkan mutu dan kualitas barang yang diproduksi. Mutu harus baik dan tentu saja halal.

b. menjaga sumber produksi

kewajiban setiap muslim adalah memelihara lingkungan termasuk lingkungan termasuk sumber-sumber produksi dan tidak boleh berlebihan dalam mempergunakannya. Begitupun dengan tanah dan kekayaan yang terkandung di dalamnya, harus dipergunakan dengan cara yang baik dan hemat, demi keberlangsungan semua generasi. Hilangnya hal tersebut merupakan hal yang harus dipertanggung jawabkan di hadapan allah. Manusia wajib memakmurkan bumi disertai penyiapan bagi generasi yang akan datang, bukan malah mengurus demi kepentingan sesaat.<sup>40</sup>

Biaya produksi merupakan faktor penting yang harus diperhatikan ketika suatu perusahaan akan menghasilkan suatu produksi. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan tertentu menginginkan keuntungan yang besar dalam setiap usaha produksinya. Oleh karena itu, diperlukannya suatu pemahaman tentang teori-teori biaya produksi agar suatu perusahaan dapat memperhitungkan biaya-biaya yang akan di keluarkan untuk menghasilkan atau output barang.

---

<sup>40</sup> Muhammad Turmudi, 'Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 2017, 37–56.

Biaya produksi dalam ekonomi islam berpedoman kepada al-quran dan hadist yang berarti sumber biaya produksi harus berasal dari yang halal dan penggunaan biaya produksi juga harus dengan cara yang halal. Biaya produksi dalam islam juga harus didasarkan pada prinsip efisiensi dalam penggunaan sumber daya, seperti penggunaan sumber daya tanah dan air yang tidak berlebihan, prinsip efektifitas dalam penggunaan waktu, serta prinsip keadilan bagi pekerja dalam hal pengaturan waktu kerja dan upah yang harus diterima.

Penggunaan sumber daya alam sebagai salah satu fakta biaya produksi tidak boleh dilakukan secara berlebihan yang bisa menimbulkan kerugian dikemudian hari, seperti yang telah dijelaskan dalam al-quran dalam surat al-baqarah ayat 205 berikut ini<sup>41</sup> :

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ ۚ ٢٠٥

Artinya : *“Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam – tanaman dan binatang ternak dan allah tidak menyukai kebinasaan”*

Selain itu, produsen diharapkan agar bisa menyesuaikan tingkat upah bagi karyawan dalam ruang lingkup faktor produksi dengan mempertimbangkan jumlah output yang di dapat dalam setiap periode kegiatan produksi seperti yang tertera dalam hadist dibawah ini yang berbunyi sebagai berikut :

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ

---

<sup>41</sup> Abdullah Muhammad, “Urgensi Pelestarian Lingkungan Hidup Dalam Al Quran,” *Pilar* 13, no. 1 (2022): 67–87.

Artinya : *“Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering “ (HR.Ibnu Majah).*

### 3. Biaya promosi

Salah satu komponen penting dalam pemasaran adalah promosi. Seiring dengan berakhirnya proses produksi, maka persiapan yang harus dipecahkan oleh perusahaan adalah bagaimana memasarkan hasil-hasil produksinya sehingga mendapat keuntungan yang layak ditengah persaingan yang semakin tajam. Agar produksinya tidak terdesak oleh perusahaan lain maka perusahaan perlu mengadakan promosi untuk menimbulkan minat dan mempengaruhi konsumen dengan mengemukakan kelebihan atau keunggulan dari produk yang dihasilkan supaya konsumen tetap melakukan pembelian dan tidak tertarik terhadap produk lain. Rumus untuk menghitung biaya promosi adalah :

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

#### 1) Pengertian Biaya Promosi

Promosi adalah penyebaran informasi dari penjual kepada konsumen dengan maksud mengubah sikap dan perilaku konsumen. Keberhasilan pemasaran produk belum dijamin oleh produk yang layak dengan harga yang pantas.<sup>42</sup> Selain itu biaya promosi dapat diartikan sebagai biaya pemasaran atau penjualan yang mencakup semua biaya yang diperlukan untuk memastikan layanan pelanggan dan mengantarkan barang atau jasa jadi ke tangan pelanggan.<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Nico Andrew Pradana, 'Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Rown Division Surakarta' (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014).

<sup>43</sup> Diah Sabrina and Edison Hamid, 'Analisis Pertumbuhan Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT Siantar Top Tbk Periode Tahun 2016–2020', *PARAMETER*, 7.2 (2022), 282–97.

Dari keterangan di atas dijelaskan bahwa biaya promosi adalah biaya yang membantu suatu usaha menjalankan promosi guna mendorong pendapatan dan penjualan barangnya. Agar perusahaan dapat memenuhi tujuannya, manajemen pemasaran harus mempertimbangkan pembuatan anggaran untuk promosi.

## 2) Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi yaitu menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Promosi yang sifatnya mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merek dan image produk dihati konsumennya. Hal ini perlu dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan barang atau jasa sebagai produksinya.<sup>44</sup>

## 3) Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsep pemasaran syariah menekankan bahwa perlukanya menerapkan manajemen profesional artinya dengan melakukan kegiatan tersebut semua dapat memiliki positioning tersendiri. Kompetitor bukan menjadi penghalang tetapi dapat dijadikan sebagai sumber motivasi untuk dapat memperbaiki kinerja promosi . pesaing dapat mendorong pihak perusahaan dalam hal ini adalah promosi untuk dapat bekerja lebih kreatif dalam memasarkan prooduk berupa barang maupun jasa.

Ada 4 karakteristik promosi syariah yaitu ketuhanan, (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyyah*), *realistis* (*al-waaqi'iyyah*) dan humanistis (*insaniyyah*). Selain itu aktifitas promosi harus dijalankan harus sesuai dengan prinsip islam namun promosi juga harus

---

<sup>44</sup> Rizky Nanda Novelies, 'Tinjauan Pelaksanaan Bauran Promosi Pada MNC Travel Jakarta', 2018.

memiliki etika yang sesuai dengan al-quran dan hadist. Dalam perspektif ekonomi islam aktifitas bisnis mengutamakan masalah dalam mewujudkan falah, oleh karena itu pemasaran harus memahami setiap hal yang dilakukan ada bentuk pertanggung jawaban diakhir nanti dihadapan allah swt.<sup>45</sup>

#### 4. Laba Bersih

Tujuan utama menjalankan kegiatan usaha adalah untuk meningkatkan pendapatan. Bisnis memiliki tujuan ketika mereka menghasilkan barang atau jasa. Menjual produk atau layanan kepada masyarakat umum adalah hasil akhirnya. Akibatnya, penjualan sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk memasok uang tunai melalui penjualan produk perusahaan dan menghasilkan laba.

Laba merupakan selisih antara seluruh pendapatan dan beban yang terjadi dalam satu periode akuntansi.<sup>46</sup> Laba adalah naiknya nilai *equity* dari transaksi yang sifatnya insidental dan bukan kegiatan utama *entity* dari transaksi atau kegiatan lainnya yang mempengaruhi *entity* selama periode tertentu kecuali yang berasal dari hasil atau investasi dari pemilik.<sup>47</sup>

Laba bersih dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak dengan beban pajak penghasilan. Dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

<sup>45</sup> Hilmiatus Sahla and others, 'Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Pionir*, 5.2 (2019).

<sup>46</sup> M Wahyuddin Abdullah and Muhammad Syukriadi, 'Pengaruh Komponen Biaya Terhadap Laba Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi', *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6.1 (2016), 75–88.

<sup>47</sup> Putranto.

a. Jenis – jenis laba

Laba digolongkan menjadi beberapa jenis, berikut beberapa golongannya:<sup>48</sup>

- 1) Laba kotor, laba yang satu ini merupakan selisih positif dari nilai penjualan yang dikurangi return dan potongan dari penjualan.
- 2) Laba bersih sebelum pajak adalah nilai dari laba bersih sebelum pajak bisa muncul dari keuntungan usaha dikurangi biaya bunga.
- 3) Laba usaha operasi adalah keuntungan dari hasil pengurangan laba kotor dengan harga pokok dan biaya usaha.
- 4) Laba bersih sebelum pajak adalah nilai dari laba bersih sebelum pajak bisa muncul dari keuntungan usaha dikurangi biaya bunga.
- 5) Laba bersih yaitu setiap kegiatan ekonomi akan dikenakan pajak dan hasilnya baru dinamakan laba bersih.

b. Konsep Laba

Dalam kehidupan yang nyata konsep laba sangat diperlukan dalam proses dunia tau bisnis, dimana konsep ini sebagai pedoman dalam pembuatan laporan keuangan bagi pihak – pihak tertentu yang berguna dalam pengambilan keputusan atau kebijakan yang akan dikeluarkan. Konsep laba terdiri dari berbagai macam bentuk atau jenis diantaranya adalah:<sup>49</sup>

1. Konsep laba akuntansi

- 1) Laba akuntansi didasarkan pada transaksi actual yang dilakukan oleh perusahaan (terutama pendapatan yang timbul dari penjualan barang atau jasa dikurangi biaya diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu).

---

<sup>48</sup> Reza Fahlevi Ahmad and Novrini Hasti, ‘Sistem Informasi Penjualan Sandal Berbasis Web’, *Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 8.1 (2018), 67–72.

<sup>49</sup> Triyana Subekti, “Penetapan Harga Jual Barang Pada Cv Alam Cipta Stone Construction” (Universitas Widyatama, 2012).

- 2) Didasarkan pada postulat periodic dan berhubungan dengan prestasi keuangan perusahaan selama periode tertentu.
  - 3) Didasarkan pada prinsip pendapatan dan membutuhkan definisi pengukuran dan pengakuan pendapatan.
  - 4) Membutuhkan pengukuran biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan hasil tertentu.
  - 5) Didasarkan pada prinsip matching artinya hasil dikurangi biaya yang diterima atau dikeluarkan dalam periode yang sama.
2. Konsep laba ekonomi

Konsep laba ekonomi yang menyatakan bahwa laba adalah kenaikan dalam kekayaan dan dikaitkan dengan praktik bisnis. Laba ekonomi sebagai peristiwa yang dihubungkan dengan tiga tahapan yaitu:<sup>50</sup>

- 1) *Physical income* yaitu konsumsi barang atau jasa pribadi yang sebenarnya memberikan kesenangan fisik dan pemenuhan kebutuhan, laba jenis ini tidak dapat diukur.
- 2) *Real income* adalah ungkapan kejadian yang memberikan peningkatan terhadap kesenangan fisik. Ukuran ini yang digunakan adalah biaya hidup (living cost)
- 3) *Money income* merupakan hasil uang yang diterima dan dimasukkan untuk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidup.

---

<sup>50</sup> Amelia Rizki Fitriyanti, 'Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Laba Perusahaan (Studi Kasus PT. INTI (Persero) Bandung)' (Universitas Widyatama, 2015).

### 3. Konsep *Capital Maintenance*

Konsep *capital maintenance* ada dua konsep utama pemeliharaan modal atau pemulihan biaya<sup>51</sup> yaitu:

- 1) *Financial capital* (dalam satuan unit uang) yang terdiri:
  - a) *Money Maintenance* yaitu modal keuangan yang diukur dengan jumlah unit uang. Modal uang yang diinvestasikan, dipelihara dan laba yang dihasilkan sama dengan perubahan aktifitas bersih yang disesuaikan dengan transaksi modal yang dinyatakan dalam suatu uang
  - b) *General purchasing power money maintenance* yaitu modal keuangan diukur dengan jumlah unit daya beli yang sama. Daya beli modal keuangan yang diinvestasikan, dipelihara, dan laba yang dihasilkan sama dengan perubahan dalam aktifitas bersih yang disesuaikan dengan transaksi modal yang dinyatakan dalam jumlah unit daya beli.
- 2) *Phsycal capacity* (dalam satuan unit daya beli umum) terdiri dari
  - a) *Productive capacity maintenance* yaitu modal fisik diukur dalam jumlah unit uang kapsaitas produksi yang digunakan, pelihara, kapasitas produksi dapat sebagai kapasitas fisik, kapasitas untuk beroperasi volume barang dan jasa yang sama dengan kapasitas atau memproduksi nilai barang dan jasa yang sama.

---

<sup>51</sup> Ester Eveline Tobing, 'Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Ultrajaya Padalarang)' (Universitas Widyatama, 2016).

- b) *General purchasing power productive capacity maitenace* yaitu modal fisik diukur dalam jumlah unit daya beli yang sama. Konsep ini disesuaikan dengan tingkat harga umum.

c. Konsep Laba dalam Ekonomi Islam

Dalam islam, pendapatan masyarakat adalah perolehan barang uang yang diterima atau dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syariah islam. Selain itu dalam islam kebutuhan juga menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum., sedangkan kecukupan dalam standar hidup yang baik adalah hal yang paling mendasar distribusi, redistribusi setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi.<sup>52</sup>

Nilai-nilai islam merupakan faktor endogen dalam rumah tangga seorang muslim, maka haruslah dipahami bahwa seluruh aktifitas ekonomi didalamnya, harus dilandasi legalitas halal-haram. Islam tidak bisa mentolerir distribusi pendapatan yang sumbernya diambil dari yang haram.<sup>53</sup>

Pendapatan dalam islam terdapat aturan halal dan haram, sebagaimana yang telah dijelaskna dalam al-quran surat al-baqarah : 172 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَأَشْكُرُوا لِلَّهِ إِنَّ  
كُنتُمْ ءِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ١٧٢

Artinya : *“hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada*

<sup>52</sup> Mustafa Edwin Nasution, ‘Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam’, 2017.

<sup>53</sup> Hendri Hermawan Adinugraha, ‘Norma Dan Nilai Dalam Ilmu Ekonomi Islam’, *MEDIA*, 21.1 (2013).

*allah, jika benar – benar kepadanya kamu menyembah” (Q.S. Al-baqarah : 172)*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sesungguhnya allah swt menghendaki segala sesuatu yang diusahakan didapat dengan cara halal. Maka dalam teori ekonomi islam halal dan haram tetap menjadi prioritas utama dalam menentukan kebahagiaan didunia dan diakhirat sesuai dengan syariah dilarang menggunakan pendapat n yang telah kita miliki dengan sembarangan. Seperti yang telah dijelaskan dalam al-quran surat al-baqarah ayat 267 berikut ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ  
مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَبْمِهُوا الْحَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ  
تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ ۖ ٢٦٧

Artinya : *hai orang-orang yang beriman nafkahkanlah (dijalan allah) sebagai dari hasil usahamu yang baik baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadap dan ketahuilah, bahwa allah maha kaya lagi maha terpuji. (surat Al-Baqarah ;267)*

Dalam konsep ekonomi islam terdapat norma dan etika dalam mengkonsumsi hasil pendapatan tersebut antara lain :

- 1) Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhkan dari sifat kikir
- 2) Islam memerangi tindakan mubazir
- 3) Sikap sederhana dalam membelanjakan harta ( tidak berlebihan ).

Menurut ulama malikiyah laba dibagi menjadi tiga macam yaitu<sup>54</sup> :

- 1) *Ar-ribh At-tijari* (laba usaha), *ribh tijari* apat diartikan penambahan pada harta yang telah dikhususkan untuk perdagangan sebagai hasil dari proses barter dan penjualan bisnis. Dalam hal ini termasuk laba hakiki sebab laba itu muncul karena proses jual beli.
- 2) *Al-ghallah* yaitu penambahan yang terdapat pada barang dagangan sebelum penjualan.
- 3) *Al-faidah*, penambahan pada barang milik yang ditandai dengan perbedaan antara harga waktu pembelian dan penjualan, yaitu sesuatu yang baru berkembang dari barang-barang yang dimiliki.

Islam sangat mengajarkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Kriteria-kriteria islam secara umum yang dapat memberi pengaruh dalam penentuan batasan pengambilan keuntungan yaitu<sup>55</sup> :

- 1) Kelayakan dalam penetapan harga.
- 2) Keseimbangan antara tingkat kesulitan dan laba.
- 3) Masa perputaran modal.
- 4) Cara menutupi harga penjualan jual beli dengan harga tunai ataupun kredit, dengan syarat adanya keridhoan diantara keduanya.

## B. Kerangka Pemikiran

kerangka konseptual adalah model pemikiran tentang bagaimana teori berhubungan dengan banyak komponen yang telah ditetapkan. Kerangka pemikiran secara teoritis akan

---

<sup>54</sup> Eva Siti Ropiah and Fakultas Ekonomi Islam Pascasarjana IAIN Syekh, 'Maksimalisasi Laba Dalam Islam', *Tugas Mandiri Fakultas Ekonomi Islam Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 2019, 1–6.

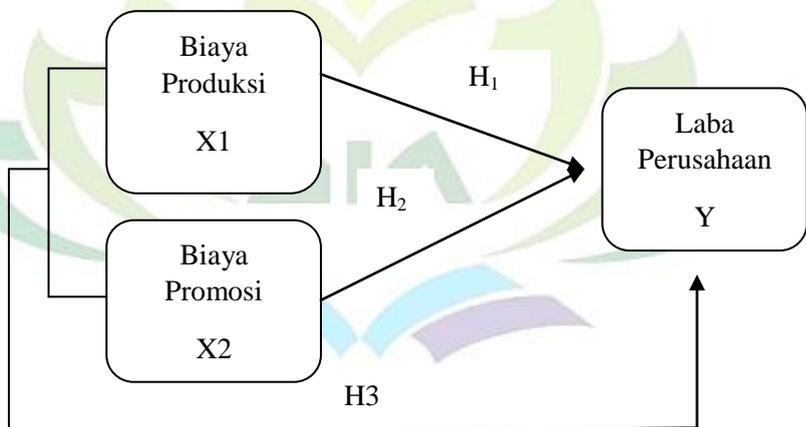
<sup>55</sup> Arininoer Maliha, 'Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Tingkat Pendapatan Industri Kue Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Home Industri Mitra Cake Legundi Sukarame Bandar Lampung)' (Uin Raden Intan Lampung, 2018).

menghubungkan variabel bebas dan terikat, khususnya antara variabel penelitian.

Kerangka pemikiran yang secara logis mengembangkan dan menjelaskan hubungan yang terjadi antara variabel yang diperlukan untuk mengatasi masalah penelitian, menjadi dasar bagi keseluruhan proses penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel bebas dan terikat. Dimana variabel bebas dan variabel terikat. Dimana variabel bebasnya ialah biaya produksi dan biaya promosi dimana variabel terikat yaitu laba perusahaan PT Mustika Ratu Tbk yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia.

Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini :



Gambar 2.1  
Kerangka Pemikiran

### C. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis adalah solusi jangka pendek untuk tantangan penelitian yang dinyatakan. Hal ini penting karena teori yang relevan memberikan dasar pengujian hipotesis. Karena solusi baru didasarkan pada data aktual, dapat diklaim bahwa hipotesis adalah solusi teoretis untuk membingkai pertanyaan penelitian tetapi solusi empiris.<sup>56</sup> Hipotesis yang dilakukan

<sup>56</sup> P Dr, 'Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', CV. Alfabeta, Bandung, 2008, 25.

memasukkan hubungan antara variabel atau lebih atau bila ada perbedaan antara dua kelompok atau lebih disebut sebagai hipotesis nol/nihil( $H_0$ ). Semacam hipotesis yang dikenal sebagai hipotesis alternatif ( $H_a$ ) terjadi ketika salah satu atau kedua variabel digunakan untuk membuat keputusan atau ketika ada perbedaan antara dua atau lebih kelompok.<sup>57</sup>

#### 1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan

Biaya produksi mempunyai dampak sebagai berikut terhadap laba operasi : Biaya produksi merupakan sumber daya ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan output, dimana nilai output diharapkan lebih besar daripada nilai input yang dikorbankan untuk memproduksinya. Pihak-pihak yang berkepentingan didalam perusahaan harus berkerja keras untuk dapat menghadapi persaingan tersebut dan untuk tetap memenuhi kebutuhan masyarakat. Biaya produksi merupakan salah satu hal yang menentukan persaingan sekaligus memiliki peran penting dalam kelangsungan hidup perusahaan. Biaya produksi merupakan biaya yang paling besar sehingga penekanan biaya dan efisiensi produksi sangat penting agar dapat meningkatkan laba perusahaan.<sup>58</sup> Berdasarkan penelitian terdahulu tentang biaya produksi yang berpengaruh positif terhadap laba perusahaan yang dilakukan oleh yudadan sanjaya (2020), sembinging dan siregar (2018), dan ambarin (2020).<sup>59</sup> Berdasarkan uraian tersebut hipotesis penelitian seperti berikut:

**$H_1$**  : Biaya Produksi Berpengaruh Positif terhadap laba perusahaan

---

<sup>57</sup> a Ismayani, *Metodologi Penelitian* (Syiah Kuala University Press, n.d.).

<sup>58</sup> Sayyida Sayyida, "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan," *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi* 4, no. 1 (2014).

<sup>59</sup> I Made Ari Yuda and I Ketut Puja Wirya Sanjaya, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017," *Wacana Penelitian (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)* 19, no. 1 (2020): 35-42.

## 2. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan

Evektifitas biaya pemasaran sehingga perusahaan bisa terus meningkatkan kegiatan pemasaran dan mengendalikan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan berguna untuk menjual dan memperkenalkan produk pada konsumen, karena ada kaitannya dengan jumlah laba penjualan yang akan diperoleh perusahaan dari aktifitas pemasaran tersebut. pada saat promosi dilakukan dapat menarik perhatian konsumen dan berujung pada peningkatan penjualan sehingga dapat menambah pendapatan. Aktivitas pemasaran yang efektif akan meningkatkan penjualan yang pada akhirnya akan membantu ekspansi usaha dan meningkatkan laba perusahaan<sup>60</sup>

Penelitian terdahulu tentang pengaruh biaya promosi yang berpengaruh signifikan terhadap laba bersih telah dilakukan oleh sembiring dan siregar (2018), yudan dan sanjaya (2020) dan laki, nagoi dan wokus (2019) berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian sebagai berikut:<sup>61</sup>

**H<sub>2</sub> : Biaya Promosi Berpengaruh Positif Terhadap Laba Bersih .**

## 3. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan

Biaya produksi dan biaya promosi yang dikeluarkan secara tepat tentunya berpengaruh terhadap laba yang diterima oleh perusahaan. Biaya produksi dan biaya promosi dapat diartikan sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan dalam memaksimalkan laba apabila dapat menekan biaya

---

<sup>60</sup> Felicia and Gultom.

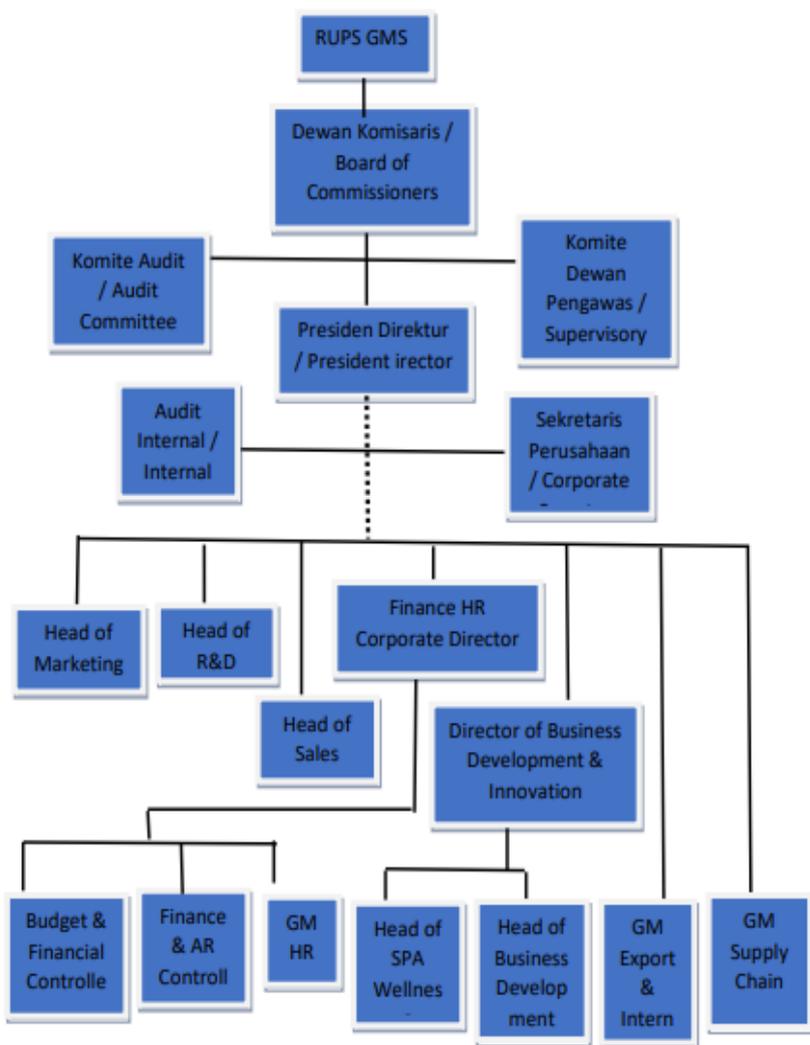
<sup>61</sup> Illa Alfatica Nur Laili and Hendrato Setiabudi Nugroho, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Promosi Terhadap Laba Bersih', *Journal Competency Of Business*, 6.02 (2022), 54–66.

keduanya. Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Penelitian terdahulu tentang biaya produksi dan biaya promosi yang berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan telah dilakukan oleh Rangkuti (2013), Alma (2013), Mulyadi (2012). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian sebagai berikut.

**H<sub>3</sub> Biaya Produksi dan Biaya Promosi Berpengaruh positif Terhadap Laba Perusahaan**





## DAFTAR RUJUKAN

### SUMBER BUKU

Abdul, Aziz, *Etika Bisnis Islam Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013)

Adinugraha, Hendri Hermawan, *Norma Dan Nilai Dalam Ilmu Ekonomi Islam*, MEDIA, 21.1 (2013)

Amalia, Euis, and M Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Konvensional*, Penerbit Kencana Prenada Media Group: Jakarta, 2010

Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran (Edisi 1)*, Jakarta: Rajawali Pustaka, 2015

Bragg, John, and J Spence, *The Diary of John Bragg: In the Whitehaven Public Library and Museum, Cumberland, (No Title)*, 1771

Daniel, Moehar, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, 2002

Departemen Agama, R I, *Al-Quran Dan Terjemahan*, Jakarta: PT Syaamil Cipta Media, 2005

Dr, P, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung, 2008, 25

Garrison, Ray H, Eric W Noreen, and Peter Brewer, *Akuntansi Manajerial Buku 1*, Salemba Empat: Jakarta, 2006

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011

Hakim, Lukman, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2012)

Ismayani, A, *Metodologi Penelitian* (Syiah Kuala University Press)

Lanen, William N, Shannon W Anderson, and Michael W Maher, *Dasar-Dasar Akuntansi Biaya*, Jakarta: Salemba Empat, 2017

Mufarrikoh, Zainatul, *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling Dan Uji Hipotesis)* (Jakad Media Publishing, 2019)

Rangkuti, F, Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus (Gramedia Pustaka Utama, 2013)

Santoso, Imam, and Harries Madiistriyatno, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Indigo Media, 2021)

Swastha, Basu, and T Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty, 2002

#### SUMBER JURNAL

Abdullah, M Wahyuddin, and Muhammad Syukriadi, Pengaruh Komponen Biaya Terhadap Laba Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi, *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6.1 (2016), 7588

Ahmad, Reza Fahlevi, and Novrini Hasti, Sistem Informasi Penjualan Sandal Berbasis Web, *Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 8.1 (2018), 6772

Ayesha, Ivonne, Mayang Bundo, M Zaky Mubarak Lubis, Yuni Mariani Manik, Yudhistira Ardana, Nurul Ikhsanti, and others, *Ekonomi Mikro Islam (Global Eksekutif Teknologi*, 2022)

Fauziah, Farah Nur, Cafriana Christin Bakker, Daymiliana Daymiliana, and Yunibere Yunibere, Decision Usefulness Approach To Financial Reporting, *Jurnal El-Mahasaba*, 1.2 (2022)

Felicia, 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 20132015, *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 1.1 (2018), 112

Herdayati, S Pd, S Pd, and S T Syahrial, Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian, ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, JanuariJuni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta, 53.9 (2019), 168999

Hidayat, Lukman, and Suhandi Halim, Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1.2 (2013), 15968

Hikmawan, Dika, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Toko AGS Kuningan), *Change Think Journal*, 1.01 (2022), 5059

Irham, Irham, Peran Moderasi Pemanfaatan Sistem Teknologi Informasi Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Universitas Hasanuddin, 2023)

Islamiyah, Nur, Rita Andini, and Abrar Oemar, Analisis Biaya Operasional Dan Perputaran Persediaan Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-20, *Journal Of Accounting*, 4.4 (2018)

Istiqomah, Nurul, Lisa Efrina, and Estelle Ellora Akbar, Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Tingkat Keuntungan Home Industry Kripik Menurut Persepektif Ekonomi Islam', *Jurnal Az-Zahra : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8.5 (2019), 55

Jannah, Nur, 'Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omset Penjualan Pada PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013)

Januarsah, Irgan, Jubi Jubi, Ady Inrawan, and Debi Eka Putri, Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5.1 (2019), 3239

Kusumawati, Lie Lengkung, Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Roti Merk Pie Ganysha, JMK (*Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*), 1.3 (2016), 28894

Laili, Illa Alfatica Nur, and Hendrato Setiabudi Nugroho, Pengaruh Biaya Produksi Dan Promosi Terhadap Laba Bersih, *Journal Competency Of Business*, 6.02 (2022), 5466

Lambajang, Amelia A A, Analisis Perhitungan Biaya Produksi Menggunakan Metode Variabel Costing PT. Tropica Cocoprime, *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1.3 (2013)

Lutfi, Asep Muhammad, and Nardi Sunardi, Pengaruh Current Ratio (Cr), Return on Equity (Roe), Dan Sales Growth Terhadap Harga Saham Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang

Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia), *Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 2.3 (2019), 83

Mahaputra, Inka, and Nyoman Kusuma Adnyana, Pengaruh Rasio-Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI, *Jurnal Akuntansi & Bisnis*, 7.2 (2012), 24354

Marka, Nola, and Vanica Serly, Pengaruh Pengungkapan Identitas Etika Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia, *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2.2 (2020), 286172

Masruroh, Dewi, Joko Widodo, and Mukhamad Zulianto, Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Pada Sentral Yamaha Jember Tahun 2016-2018, *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13.2 (2019), 4954

Massie, Novela Irene Karly, David P E Saerang, and Victorina Z Tirayoh, Analisis Pengendalian Biaya Produksi Untuk Menilai Efisiensi Dan Efektivitas Biaya Produksi, *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13.03 (2018)

Muhammad, Abdullah, Urgensi Pelestarian Lingkungan Hidup Dalam Al Quran, *PILAR*, 13.1 (2022), 6787

Mulyana, Asep, Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Lab Ausaha Samsung Co Tahun 2009-2015, *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17.3 (2017), 18596

Nasution, Rahmania, Alistraja Dison Silalahi, and Ova Novi Irama, Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Volume Penjualan Pada Pt. Istana Deli Kejayaan (Idk2), *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (JAAPI)*, 1.2 (2020), 7983

Putra, Fauzi Dwi, Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9.2 (2017), 46272

Purwadi, Purwadi, Puji Sari Ramadhan, and Nurdiyanti Safitri, Penerapan Data Mining Untuk Mengestimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Pada BPS Deli Serdang, *Jurnal Saindikom (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 18.1 (2019), 5561

Parenrengi, Sudarmin, and Tyahya Whisnu Hendratni, Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Kecukupan Modal Dan Penyaluran Kredit Terhadap Profitabilitas Bank, *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1.1 (2018), 918

Putranto, Agus, Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Wonosobo Kabupatenwonosobo), *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq*, 4.3 (2017), 28086

Radella, Lasca, Akhmad Saebani, and Agus Maulana, Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih, *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2.1 (2021), 5970

Sabrina, Diah, and Edison Hamid, Analisis Pertumbuhan Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT Siantar Top Tbk Periode Tahun 20162020, *PARAMETER*, 7.2 (2022), 28297

Sahla, Hilmiatus, Muhammad Sayuti, Ricky Syahputra, and Arif Arif, Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Pionir*, 5.2 (2019)

Sayyida, Sayyida, Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan, *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 4.1 (2014)

Sopiyan, A R, UnsurUnsur Biaya Produksi Dan Metode Penentuannya, *Eksistensi*, 1.3 (2009)

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), *Manners*, 2.1 (2019), 2539

Tobing, Ester Eveline, Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Ultrajaya Padalarang) (Universitas Widyatama, 2016)

Triastuti, Yustin, Krisna Sudjana, and Fidiana Putri, Piutang, Utang, Dan Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi, *Journal of Academia Perspectives*, 2.1 (2022), 4552

Turmudi, Muhammad, Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 2017, 3756

Wardana, Ida Bagus Komang Ary, Anjuman Zukhri, and Iyus Akhmad Haris, Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Patung Pada UD. Taksu Bali Didesa Panji Periode Tahun 2012-2014, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5.1 (2015)

Yuda, I Made Ari, and I Ketut Puja Wirya Sanjaya, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017, *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 19.1 (2020), 3542

#### SUMBER SKRIPSI

Amalia, Liyun Fiqoini, Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Biaya Promosi Pada Produk Gadai Emas Terhadap Profitabilitas Return On Asset (ROA) Pada Bank Syariah Mandiri Tahun 2017-2019 (Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020)

Aprilia, Mia, Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Jagung Desa Komerling Putih Kecamatan Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah). (UIN Raden Intan Lampung, 2019)

Fitriyanti, Amelia Rizki, Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Laba Perusahaan (Studi Kasus PT. INTI (Persero) Bandung) (Universitas Widyatama, 2015)

Fitriyah, RofiAtul, Peran Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Bahan Baku Dalam Menunjang Kelancaran Proses Produksi Pada Pt Anugrah Cakra Buana Jaya Lestari Di Gunung Malang Suboh Situbondo (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023)

Juniasih, Kadek Richa Olania, FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021 (Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2023)

Kiswara, Endang, Nilai Relevan Dan Reliabilitas Kegunaan-Keputusan Informasi Akuntansi Menurut Sfac No. 2 Dalam Penyajian Laporan Keuangan Dengan Metode-Metode Pembebanan Pajak Penghasilan Berbeda (Universitas Diponegoro, 2011)

Lubaba, Syahan Syah, Kontribusi Iklan Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Produk Skincare Dan Kosmetik Di Tabriiz Store (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2023)

Maliha, Arininoer, Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Tingkat Pendapatan Industri Kue Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Home Industri Mitra Cake Legundi Sukarame Bandar Lampung) (Uin Raden Intan Lampung, 2018)

Nugraha, Billy, Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik (Pradina Pustaka, 2022)

Pradana, Nico Andrew, Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Rown Division Surakarta (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014)

Restiani, Herlina, Analisis Biaya Produksi Dengan Pendekatan Theory of Constraint (TOC)(Studi Kasus Di PT. Mitra Lestari Abadi (MLA) Banyumas) (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011)

Subekti, Triyana, Penetapan Harga Jual Barang Pada Cv Alam Cipta Stone Construction (Universitas Widyatama, 2012)

Sukmaningrum, Tantriani, and Puji Harto, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris Pada Pemerintah Kabupaten Dan Kota Semarang) (Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2012)

#### SUMBER LAIN

Laporan Tahunan Dan Berkelanjutan, 2021

Makbul, M, Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian, 2021

Nasution, Mustafa Edwin, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, 2017

Novelies, Rizky Nanda, Tinjauan Pelaksanaan Bauran Promosi Pada MNC Travel Jakarta, 2018

Ropiah, Eva Siti, and Fakultas Ekonomi Islam Pascasarjana IAIN Syekh, Maksimalisasi Laba Dalam Islam, Tugas Mandiri Fakultas Ekonomi Islam Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2019, 16

Sholicha, Lisnatus, Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Nilai Pasar Pada Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Stie Perbanas Surabaya, 2013)

Tersiana, Andra, Metode Penelitian (Anak Hebat Indonesia, 2018)





**LAMPIRAN 1. TABULASI DATA VARIABEL PENELITIAN**

<b>Periode</b>		<b>Biaya Produkdi</b>	<b>Biaya Promosi</b>	<b>Laba Bersih</b>
2015	Maret	42.666.561.128	26.323.978.490	1.579.761.571
	Juni	95.652.579.785	56.308.927.877	4.601.128.848
	September	142.585.373.787	71.585.218.154	5.229.617.174
	Desember	181.818.596.385	99.427.732.901	1.045.990.311
2016	Maret	33.999.080.314	14.637.399.175	272.192.336
	Juni	76.466.901.289	40.850.117.715	490.033.800
	September	111.629.512.205	54.822.589.820	-5.606.296.344
	Desember	143.285.028.356	72.913.817.463	-5.549.465.678
2017	Maret	34.870.844.106	14.789.714.390	439.962.805
	Juni	57.931.742.840	21.698.391.455	879.010.566
	September	100.018.090.081	38.276.037.597	1.496.447.818
	Desember	161.785.337.690	71.613.408.532	-1.283.332.109
2018	Maret	33.021.324.946	14.568.582.607	684.259.789
	Juni	72.204.439.302	27.413.776.641	1.041.329.012
	September	105.396.159.957	43.069.440.855	789.633.644
	Desember	134.740.460.478	39.217.900.119	-2.256.476.497
2019	Maret	30.716.708.108	13.059.417.694	-2.490.515.917
	Juni	61.654.412.394	17.130.242.889	2.288.117.083
	September	98.880.166.852	38.876.272.710	2.306.303.871
	Desember	126.578.673.936	51.662.190.290	2.429.538.219
2020	Maret	23.084.543.913	13.168.743.546	1.245.650.434
	Juni	58.994.838.708	27.024.420.294	1.453.543.108
	September	104.887.472.976	44.916.341.112	601.606.978
	Desember	133.580.868.813	62.321.812.130	-6.766.719.891
2021	Maret	33.376.693.301	9.212.333.018	1.915.466.720
	Juni	69.207.439.639	32.992.822.839	2.257.294.088
	September	122.749.932.529	47.897.501.414	336.723.577
	Desember	166.571.460.384	57.226.350.925	357.509.551
2022	Maret	38.630.531.116	10.312.655.139	310.676.857
	Juni	106.294.044.707	32.627.217.366	(9.177.598.309)
	September	125.002.346.130	38.101.333.426	(17.858.013.378)
	Desember	169.665.347.372	76.970.501.896	67.812.034.137

## Lampiran 2. Hasil Uji Normalitas NParTests

### One-SampleKolmogorov-SmirnovTest

		Unstandardized Residual
N		24
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,06667132
MostExtremeDifferences	Absolute	,143
	Positive	,143
	Negative	-,096
TestStatistic		,143
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
ExactSig. (2-tailed)		,661
PointProbability		,000

- a. Testdistributionis Normal.
- b. Calculatedfrom data.
- c. LillieforsSignificanceCorrection.
- d. Thisis a lowerboundofthetruesignificance.

## Lampiran 3. Hasil Uji Multikolinearitas dan Autokorelasi Regression

### Notes

OutputCreated	04-OCT-2023 22:16:03	
Comments		
Input	ActiveDataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	SplitFile	<none>
	N of Rows in Working Data File	32
MissingValueHandling	DefinitionofMissing	User-definedmissingvalues are treated as missing.
	CasesUsed	Statistics are basedoncaseswithnomissingvaluesforanyvariable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT LB /METHOD=ENTER BP BPM /RESIDUALS DURBIN.	
Resources	ProcessorTime	00:00:00,00

ElapsedTime	00:00:00,01
MemoryRequired	3024 bytes
AdditionalMemoryRequiredforResidualPlots	0 bytes

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Promosi, Biaya Produksi <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,268 <sup>a</sup>	,072	,008	12814266793,880	1,562

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Laba Bersih

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3671142317394871000,000	2	18355711586974355000,000	1,18	,341 <sup>b</sup>
Residual	4761957570477539000,000	29	1642054334647427000,000		

Total	5129071802217026000	3			
	000,000	1			

a. DependentVariable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	UnstandardizedCoefficients		StandardizedCoefficients	t	Sig.	CollinearityStatistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	-29166421,570	51205184,03065		-15,253	,573		
Biaya Produksi	-,067	,128	-,244	-,626	,520	,146	6,860
Biaya Promosi	,268	,264	,477	1,017	,318	,146	6,860

a. DependentVariable: Laba Bersih

### CoefficientCorrelations<sup>a</sup>

Model		Biaya Promosi	Biaya Produksi
1	Correlations	Biaya Promosi	1,000
		Biaya Produksi	-,924
	Covariances	Biaya Promosi	,070
		Biaya Produksi	-,031

a. DependentVariable: Laba Bersih

### CollinearityDiagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	VarianceProportions		
				(Constant)	Biaya Produksi	Biaya Promosi
1	1	2,834	1,000	,02	,00	,00
	2	,150	4,352	,88	,02	,05
	3	,016	13,192	,10	,98	,94

a. DependentVariable: Laba Bersih

### ResidualsStatistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
PredictedV alue	-2720912896, 00	11663413248 ,00	158985669 2,94	3441278043, 437	3 2
Residual	-16844566528 ,000	61366894592 ,000	,000	12394012043 ,383	3 2
Std. PredictedV alue	-1,253	2,927	,000	1,000	3 2
Std. Residual	-1,315	4,789	,000	,967	3 2

a. DependentVariable: Laba Bersih

## Lampiran 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

### Regression

Notes		
OutputCreated	04-OCT-2023 22:22:11	
Comments		
Input	ActiveDataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	SplitFile	<none>
	N of Rows in Working Data File	32
MissingValueHandling	DefinitionofMissing	User-definedmissingvalues are treated as missing.
	CasesUsed	Statistics are basedoncaseswithnomissingvaluesforanyvariable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ABS_UNZ /METHOD=ENTER BP BPM /SAVE RESID.	

Resources	ProcessorTime	00:00:00,00
	ElapsedTime	00:00:00,02
	MemoryRequired	3152 bytes
	AdditionalMemoryRequiredforResidualPlots	0 bytes
VariablesCreatedorModified	RES_4	UnstandardizedResidual

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Promosi, Biaya Produksi <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: ABS\_UNZ

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,434 <sup>a</sup>	,189	,133	10283204717,82238

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: ABS\_UNZ

## ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7134098478207415000 00,000	2	356704923910370750 000,000	3,373	,048 <sup>b</sup>
Residual	3066584678790688400 000,000	29	105744299268644420 000,000		
Total	3779994526611430000 000,000	31			

a. Dependent Variable: ABS\_UNZ

b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

## Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3635812276,255	4109118363,701		-,885	,384
Biaya Produksi	,055	,102	,237	,541	,593
Biaya Promosi	,100	,212	,206	,470	,642

a. Dependent Variable: ABS\_UNZ

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-1045847744,000	16335832064,000	5539525712,6234	4797209699,13170	3 2
Residual	-10294172672,00000	47940689920,00000	,00000	9945958295,33800	3 2
Std. Predicted Value	-1,373	2,251	,000	1,000	3 2
Std. Residual	-1,001	4,662	,000	,967	3 2

a. Dependent Variable: ABS\_UNZ

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-2916642115,253	5120518403,065		-,570	,573
Biaya Produksi	-,067	,128	-,244	-,522	,606
Biaya Promosi	,268	,264	,477	1,017	,318

a. Dependent Variable: Laba Bersih

## Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

### Regression

Notes		
OutputCreated		04-OCT-2023 22:27:01
Comments		
Input	ActiveDataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	SplitFile	<none>
	N of Rows in Working Data File	32
MissingValueHandling	DefinitionofMissing	User-definedmissingvalues are treated as missing.
	CasesUsed	Statistics are basedoncaseswithnomissingvaluesforanyvariable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT LB /METHOD=ENTER BP BPM.
Resources	ProcessorTime	00:00:00,00
	ElapsedTime	00:00:00,00

MemoryRequired	3088 bytes
AdditionalMemoryRequiredforResidualPlots	0 bytes

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Promosi, Biaya Produksi <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,268 <sup>a</sup>	,072	,008	12814266793,880

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3671142317394871000,000	2	183557115869743550,000	1,118	,341 <sup>b</sup>
Residual	4761957570477539000,000	29	164205433464742700,000		

Total	5129071802217026000	3			
	000,000	1			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2916642115,253	5120518403,065		-,570	,573
Biaya Produksi	-,067	,128	-,244	-,522	,606
Biaya Promosi	,268	,264	,477	1,017	,318

a. Dependent Variable: Laba Bersih



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratminto, Sukarame I, Bandar Lampung 35131  
Telp.(0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.iainradenintan.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B- / Un.16/P1/KT/XII/ 2023

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
NIP : 197308291998031003  
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Jurnal Dengan Judul :

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP  
LABA PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2015 - 2022)**

Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
NUR AZIZAH TUSIFAKH	1951030128	FEBI/ AKS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 20 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir ;

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Bandar Lampung, 29 Desember 2023  
Kepala Pusat Perpustakaan



Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
NIP.197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository.
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI  
TERHADAP LABA PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI  
ISLAM (Studi Pada PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2015 - 2022)

ORIGINALITY REPORT

<b>20%</b> SIMILARITY INDEX	<b>20%</b> INTERNET SOURCES	<b>7%</b> PUBLICATIONS	<b>14%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>sherinapermata.blogspot.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>issuu.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to UIN Raden Intan Lampung</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>barcellona.wordpress.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>library.moestopo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to IAIN Bengkulu</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repositori.uma.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>garuda.ristekdikti.go.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>10</b>	<b>www.journal.bungabangsacirebon.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>11</b>	<b>www.proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>12</b>	<b>id.wikipedia.org</b> Internet Source	<b>1%</b>

13	<a href="http://repository.sari-mutiara.ac.id">repository.sari-mutiara.ac.id</a> Internet Source	1%
14	<a href="http://repository.unwim.ac.id">repository.unwim.ac.id</a> Internet Source	1%
15	<a href="http://ongkumaro.blogspot.com">ongkumaro.blogspot.com</a> Internet Source	1%
16	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus Student Paper	<1%
17	<a href="http://nanopdf.com">nanopdf.com</a> Internet Source	<1%
18	<a href="http://ojs.unik-kediri.ac.id">ojs.unik-kediri.ac.id</a> Internet Source	<1%
19	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1%
20	<a href="http://www.stiekhad.ac.id">www.stiekhad.ac.id</a> Internet Source	<1%
21	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 5 words

Exclude bibliography  On