

**PENGARUH BEBAN IKLAN DAN PROMOSI SERTA BIAYA
PRODUKSI TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG
TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2014-2019**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Akuntansi

Oleh:

Beatrix Calista Tanjung

2017130097

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA AKUNTANSI

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2021

***THE EFFECT OF ADVERTISING AND PROMOTION EXPENSES
AND PRODUCTION COSTS ON THE PROFITABILITY OF FOOD
AND BEVERAGE SUBSECTOR MANUFACTURERS LISTED ON
THE IDX FOR 2014-2019 PERIOD***



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in
Accounting*

By:

Beatrix Calista Tanjung

2017130097

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN ACCOUNTING

Accredited by National Accreditation Agency

No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2021

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH BEBAN IKLAN DAN PROMOSI SERTA BIAYA
PRODUKSI TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG
TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2014-2019**

Oleh:

Beatrix Calista Tanjung

2017130097

Bandung, Januari 2021

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

Dr. Sylvia Fettry Elvira Maratno, S.E., S.H., M.Si, Ak.

Pembimbing Skripsi,

Chandra Ferdinand Wijaya, SE., M.Ak.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Beatrix Calista Tanjung
Tempat, tanggal lahir : Bandar Lampung, 24 November 1999
NPM : 2017130097
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH BEBAN IKLAN DAN PROMOSI SERTA BIAYA PRODUKSI
TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2014-2019

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan :

Chandra Ferdinand Wijaya, SE., M.Ak.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung, Januari 2021

Dinyatakan Tanggal: Januari 2021

Pembuat Pernyataan



Beatrix Calista Tanjung

ABSTRAK

Perusahaan umumnya didirikan dengan tujuan memperoleh laba dengan melakukan penjualan. Bagi perusahaan manufaktur diperlukan kegiatan produksi dan memasarkan barang tersebut agar bisa sampai ke tangan pelanggan. Kegiatan produksi dan pemasaran tersebut tentunya mengakibatkan perusahaan perlu mengorbankan sejumlah sumber daya yang menimbulkan biaya dan beban, yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Perusahaan mengeluarkan beban iklan dan promosi serta biaya produksi, dengan harapan dapat melakukan dan meningkatkan penjualan. Dengan meningkatnya volume penjualan, maka dapat dikatakan bahwa laba yang diperoleh perusahaan juga meningkat. Maka dari itu, penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan biaya produksi dan beban iklan dan promosi yang telah dikeluarkan untuk mendukung kegiatan perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode *hypothetico deductive*, dengan jenis penelitian kausal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014-2019. Dari populasi yang tersedia, dipilih sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan demikian, diperoleh 5 sampel yang memenuhi kriteria penelitian yaitu PT. Indofood CPB Sukses Makmur Tbk., PT. Multi Bintang Indonesia Tbk., PT. Mayora Indah Tbk., PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk., dan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh beban iklan dan promosi serta biaya produksi terhadap profitabilitas perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2019.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beban iklan dan promosi dengan tingkat signifikansi 0,2702 tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap profitabilitas karena lebih besar dibandingkan tingkat kesalahan penelitian sebesar 0,05. Sedangkan biaya produksi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,0476 dikatakan memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap profitabilitas. Kemudian, beban iklan dan promosi serta biaya produksi secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00648. Kedua variabel ini mampu menjelaskan profitabilitas sebesar 26,05%, sedangkan sisanya 73,95% dijelaskan oleh faktor lainnya.

Kata kunci: beban iklan dan promosi, biaya produksi, profitabilitas, *net profit margin*

ABSTRACT

Companies are generally founded with the aim of making a profit by making sales. For a manufacturing company, it is necessary to produce and market the goods so that they can reach customers. These production and marketing activities certainly result in the company needing to sacrifice a number of resources which cause costs and burdens, which can affect the company's profitability.

The company spends advertising and promotion expenses as well as production costs, with the hope of making and increasing sales. With the increase in sales volume, it can be said that the profit earned by the company also increases. Therefore, the research was conducted to determine the effect of production costs and advertising and promotional expenses that have been issued to support company activities in generating company profits.

This research was conducted using the method hypothetical deductive, with the type of causal research. The population used in this study is a food and beverage sub-sector manufacturing company listed on the IDX for the 2014-2019 period. From the available population, samples will be selected using purposive sampling technique. Thus, obtained 5 samples that meet the research criteria, namely PT. Indofood CPB Sukses Makmur Tbk., PT. Multi Bintang Indonesia Tbk., PT. Mayora Indah Tbk., PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk., and PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk. The object of research used is the effect of advertising and promotional expenses as well as production costs on the profitability of companies engaged in manufacturing in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2014-2019 period.

The results showed that advertising and promotion expenses with a significance level of 0.2702 had no partially significant effect on profitability because it was greater than the error rate of 0.05. Meanwhile, production costs with a significance level of 0.0476 are said to have a partially significant effect on profitability. Then, advertising and promotion expenses as well as production costs simultaneously have a significant effect on profitability with a significance level of 0.00648. These two variables are able to explain the profitability of 26.05%, while the remaining 73.95% is explained by other factors.

Keywords: advertising and promotional expenses, production costs, profitability, net profit margin

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Beban Iklan Dan Promosi Serta Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2019”. Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Penulisan skripsi ini juga tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak lainnya. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya pada:

1. Orang tua dan ketiga kakak sebagai keluarga peneliti yang selalu menghibur, memberikan motivasi, dukungan dan doa pada peneliti untuk menyelesaikan studi ini.
2. Bapak Chandra Ferdinand Wijaya, S.E., M.Ak., selaku dosen pembimbing peneliti yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu dan membimbing peneliti dengan sabar dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Sylvia Fettry Elvira Maratno, S.E., S.H., M.Si, Ak., selaku dosen wali peneliti yang telah membantu peneliti selama kuliah.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah membagikan ilmunya pada peneliti yang sangat bermanfaat.
5. Julian Saputra yang selalu peduli, menemani dan menghibur peneliti sejak awal pertemuan hingga saat ini.
6. Jessica Dwiyanti, selaku teman dekat peneliti yang selalu menemani, menghibur mendengarkan curahan peneliti dan memberikan saran-saran terbaik.
7. Lianita Nazlie, Feliza Veronica, Katarina Sabrina, Lisye Tania, selaku teman dekat peneliti lainnya yang seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas bantuan dan hiburan yang telah diberikan pada peneliti selama perkuliahan.

8. Linnetta Putri, Ineke Delia, Anya dan Shelly Nuraeni, selaku teman dekat peneliti lainnya yang menghibur dan mengajak peneliti jalan-jalan selama perkuliahan.
9. Kanisa Krisnata, Zahra Nisa dan Chiu Jung selaku teman dekat peneliti lainnya yang telah membantu peneliti pada awal perkuliahan dan menemani peneliti.
10. Teman-teman lainnya yang telah berjasa namun tidak bisa disebutkan satu per satu.

Peneliti sadar bahwa pada penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu, peneliti terbuka atas saran dan kritik yang membangun. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi pihak terkait dan pembaca.

Terima Kasih.

Bandung, Januari 2021

Beatrix Calista Tanjung

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Kerangka Pemikiran	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Akuntansi Keuangan	9
2.2. Laporan Keuangan	10
2.2.1. Laporan Posisi Keuangan	11
2.2.2. Laporan Laba Rugi	12
2.2.3. Laporan Perubahan Ekuitas	13
2.2.4. Laporan Arus Kas	14
2.2.5. Catatan Atas Laporan Keuangan	14
2.3. Analisis Laporan Keuangan	15
2.4. Beban Iklan dan Promosi	16
2.4.1. Tujuan Iklan dan Promosi	16
2.4.2. Faktor Pertimbangan dalam Menetapkan Anggaran Periklanan	18
2.5. Biaya Produksi	19
2.5.1. Biaya Bahan Baku	20
2.5.2. Biaya Tenaga Kerja Langsung	20
2.5.3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	21
2.6. Profitabilitas	22
2.6.1. <i>Net Profit Margin</i>	22
2.6.2. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas	22

2.7. Penelitian Terdahulu	23
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	25
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.1.1 Jenis Penelitian.....	25
3.1.2. Operasionalisasi Variabel.....	26
3.1.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	27
3.1.4 Sumber Data.....	31
3.1.5. Metode Pengolahan Data.....	31
3.2 Objek Penelitian.....	37
3.2.1 PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	37
3.2.2 PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.....	38
3.2.3 PT. Mayora Indah Tbk.....	38
3.2.4 PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.....	38
3.2.5 PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.....	39
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	44
4.1.1. Beban Iklan dan Promosi (X1)	44
4.1.2. Biaya Produksi	45
4.1.3. Profitabilitas	46
4.2. Uji Asumsi Klasik	47
4.2.1. Uji Normalitas	47
4.2.2. Uji Multikolinearitas.....	49
4.2.3. Uji Heteroskedastisitas	50
4.2.4. Uji Autokorelasi	51
4.3. Uji Hipotesis	52
4.3.1 Uji Statistik t.....	52
4.3.2 Uji Statistik F.....	55
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	56
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.4.1. Pengaruh Beban Iklan dan Promosi terhadap Profitabilitas.....	57
4.4.2. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Profitabilitas.....	58

4.4.3. Pengaruh Beban Iklan dan Promosi serta Biaya Produksi terhadap Profitabilitas	59
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1. Daftar Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman di BEI ..	27
Tabel 3. 2. Kriteria Sampel Penelitian	29
Tabel 3. 3. Sampel Penelitian	30
Tabel 4. 1. Data Beban Iklan dan Promosi Sampel Penelitian	40
Tabel 4. 2. Data Biaya Produksi Sampel Penelitian.....	41
Tabel 4. 3. Data Net Profit Margin Sampel Penelitian	43
Tabel 4. 4. Hasil Statistik Deskriptif Beban Iklan dan Promosi (dalam jutaan Rupiah) ...	44
Tabel 4. 5. Hasil Statistik Deskriptif Biaya Produksi (dalam jutaan Rupiah)	45
Tabel 4. 6. Hasil Statistik Deskriptif Profitabilitas (dalam %).....	46
Tabel 4. 7. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	48
Tabel 4. 8. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov dengan Logartima Normal.....	49
Tabel 4. 9. Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 10. Hasil Uji Glejser	50
Tabel 4. 11. Uji Runs Test	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Kerangka Pemikiran	7
Gambar 4. 1. Hasil Uji Statistik t	53
Gambar 4. 2. Hasil Uji Statistik F	55
Gambar 4. 3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	56

DAFTAR LAMPIRAN

Perhitungan *Net Profit Margin* (Variabel Profitabilitas)

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada umumnya, perusahaan didirikan untuk memperoleh laba, yang kemudian akan digunakan agar perusahaan dapat terus beroperasi. Perubahan ekonomi yang dinamis, membuat perusahaan harus berusaha agar dapat mempertahankan posisi keuangannya. Salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan agar terus dapat bertahan di industrinya adalah dengan terus meningkatkan kemampuan memperoleh laba melalui penjualan yang terus meningkat. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dalam satu periode.

Profit/keuntungan yang diperoleh tidak saja digunakan untuk membiayai operasi perusahaan, akan tetapi juga digunakan untuk ekspansi perusahaan melalui berbagai kegiatan di masa yang akan datang. Selain itu, perusahaan dapat menggunakan laba tersebut untuk melakukan investasi, sehingga uang tersebut bisa menghasilkan pengembalian yang menguntungkan dan membantu perusahaan untuk terus berkelanjutan. Apabila suatu perusahaan terus-menerus memperoleh keuntungan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan terjamin.

Untuk memperoleh laba, maka perusahaan perlu melakukan penjualan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan manufaktur perlu melakukan aktivitas produksi untuk menghasilkan barang yang bisa dijual ke pasar. Hal tersebut menjadikan produksi sebagai aktivitas utama dalam perusahaan manufaktur. Mengolah bahan baku mentah menjadi produk yang siap untuk dijual perusahaan, tentu akan menimbulkan biaya produksi. Menurut Mulyadi (2010:14), biaya produksi adalah biaya yang timbul untuk mengkonversi bahan baku menjadi produk siap untuk dijual, sehingga biaya produksi adalah salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam perusahaan manufaktur. Besar kecilnya biaya produksi dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Agar produk perusahaan yang telah diproduksi lebih diketahui oleh target pasar, maka perusahaan perlu melakukan iklan dan promosi. Menurut Kotler dan Amstrong (2010:426), iklan merupakan segala bentuk presentasi non-personal dan promosi yang dibayar. Namun, dalam menjalankan operasionalnya pasti akan muncul persaingan. Persaingan yang tercipta bisa dalam bentuk persaingan yang sehat maupun tidak sehat. Salah satu cara bersaing untuk mencapai penjualan yang tinggi adalah dengan menarik perhatian pelanggan melalui promosi. Promosi adalah salah satu kegiatan operasional perusahaan yang berusaha untuk menarik perhatian pelanggan yang menjadi target pasar perusahaan agar mau membeli produk yang ditawarkan. Cara yang dilakukan biasanya, perusahaan atau organisasi akan melakukan promosi dengan memberikan diskon berupa potongan harga, *voucher*, atau *buy one get one free*. Untuk menganalisis efektivitas dari beban iklan dan promosi yang telah dikeluarkan, maka dapat dilihat dari profitabilitas perusahaan tersebut.

Profitabilitas adalah alat ukur sejauh mana perusahaan mampu memperoleh laba dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas juga dapat menunjukkan efektivitas dan efisiensi kinerja perusahaan dalam menjalankan operasional. Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa jenis rasio contohnya adalah *gross profit margin*, *net profit margin*, *return on assets*, *return on equity*, *return on sales ratio*, dan masih banyak lagi.

Penelitian ini akan dilakukan dengan menganalisis perusahaan di subsektor industri manufaktur makanan dan minuman pada periode 2014-2019 untuk mengetahui pengaruh beban iklan dan promosi, dan biaya produksi terhadap profitabilitas perusahaan. Industri manufaktur makanan dan minuman dipilih sebagai unit penelitian karena industri ini merupakan salah satu industri yang bisa terus tumbuh secara positif. Selain itu, iklan dan promosi dari industri makanan dan minuman paling sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu masih ditemukan hasil yang tidak konsisten terkait pengaruh beban iklan dan promosi, dan biaya produksi terhadap profitabilitas. Berikut beberapa hasil penelitian pengaruh beban iklan dan promosi, dan biaya produksi terhadap profitabilitas yang tidak konsisten.

Riana, Paramita dan Santoso (2018) melakukan penelitian mengenai pengaruh biaya produksi terhadap profitabilitas. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan yang ditimbulkan dari biaya produksi terhadap profitabilitas. Sedangkan Ramadita dan Susan (2019) melakukan penelitian mengenai pengaruh biaya produksi terhadap profitabilitas dengan hasil yang menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap profitabilitas. Selain itu, Munggaran (2012) juga melakukan penelitian terkait pengaruh biaya produksi terhadap profitabilitas. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa biaya produksi memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap profitabilitas.

Ardin (2018) melakukan penelitian terkait pengaruh beban promosi terhadap profitabilitas. Hasil dari penelitiannya mengatakan bahwa beban promosi berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap profitabilitas. Sedangkan Nurlaelah dan Falah (2017) serta Maulida (2019) melakukan penelitian mengenai beban promosi terhadap profitabilitas, dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa beban promosi berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap profitabilitas. Selain itu, Yusuf (2019) melakukan penelitian terkait beban iklan terhadap profitabilitas. Hasilnya adalah beban iklan tidak memberikan pengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat hasil penelitian yang tidak konsisten, sehingga penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis kembali pengaruh beban iklan dan promosi dan biaya produksi terhadap profitabilitas dan dilakukan di perusahaan subsektor industri makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dijawab melalui penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh beban iklan dan promosi terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh beban iklan dan promosi, dan biaya produksi terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman secara simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh beban iklan dan promosi terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman secara parsial.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh biaya produksi terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman secara parsial.
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh beban iklan dan promosi, dan biaya produksi terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman secara simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Perusahaan
Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat lebih mengetahui pengaruh dari beban iklan dan promosi, dan biaya produksi yang

dikeluarkan terhadap peningkatan penjualan yang mengakibatkan peningkatan perolehan laba oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dengan mengetahui pengaruh tersebut, diharapkan dapat membantu pengambilan keputusan terkait operasional, perbaikan dan evaluasi kinerja perusahaan.

2. Pembaca

Diharapkan setelah membaca penelitian ini, dapat menambah wawasan pembaca terutama mengenai pengaruh yang diberikan dari beban iklan dan promosi, dan biaya produksi terhadap perubahan penjualan dalam suatu periode, serta bagaimana kedua variabel tersebut mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

3. Investor

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan agar investor dapat lebih memperhatikan pengaruh beban iklan dan promosi, dan biaya produksi terhadap perolehan laba perusahaan dalam suatu periode tertentu untuk pengambilan keputusan investasinya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan menganalisis pengaruh beban iklan dan promosi, dan biaya produksi terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu. Profitabilitas memiliki beberapa jenis rasio, namun dalam penelitian ini akan lebih berfokus terhadap rasio *net profit margin*. *Net profit margin ratio* dapat diperoleh dengan membagi laba usaha tahun berjalan terhadap penjualan bersih kemudian dikali 100%, dan akan mendapatkan hasil berupa persentase. Pemilihan penggunaan rasio *net profit margin* adalah agar diketahui seberapa besar efisiensi perusahaan dalam meningkatkan keuntungan, dilihat dari laba usaha yang diperoleh perusahaan pada tahun berjalan. Jika meningkat, maka perusahaan berhasil meningkatkan keuntungan.

Untuk bertahan dalam suatu industri, perusahaan perlu melakukan pemasaran yang biasanya dilakukan melalui iklan dan promosi, sehingga penjualan produk perusahaan akan meningkat. Apabila volume penjualan benar meningkat maka laba yang diperoleh perusahaan juga meningkat. Maka, penelitian ini akan melihat pengaruh beban iklan dan promosi terhadap profitabilitas perusahaan. Beban iklan dan promosi sendiri biasanya dikeluarkan dengan tujuan untuk menarik perhatian pelanggan agar tertarik untuk mencoba produk perusahaan. Selain itu, dengan menggunakan iklan dan promosi sebagai kegiatan pemasaran, perusahaan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dalam waktu yang relatif singkat. Dengan demikian akan membantu meningkatkan volume penjualan produk dalam suatu perusahaan. Iklan dan promosi juga merupakan salah satu komponen penting dalam operasional perusahaan. Karena tanpa iklan, produk yang dibuat perusahaan akan kurang dilirik oleh peminat atau pelanggan.

Menurut Mursid (2016:95) suatu promosi yang tepat, akan sangat membantu penjualan yang akhirnya membantu pula perkembangan perusahaan. Sehingga apabila iklan dan promosi yang dilakukan perusahaan sudah tepat, volume penjualan meningkat, maka laba perusahaan akan meningkat. Dengan catatan beban iklan dan promosi yang dikeluarkan tidak lebih besar dari manfaat yang diterima. Menurut Okyere, et al. (2011), dengan meningkatkan iklan dan promosi, maka penjualan akan meningkat. Maka diharapkan, jika beban iklan dan promosi yang dikeluarkan semakin besar, penjualan perusahaan juga akan meningkat sehingga laba yang diperoleh perusahaan juga dapat meningkat. Apabila laba perusahaan meningkat, maka rasio profitabilitas juga meningkat. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, Ardin (2018) menyatakan bahwa setiap beban iklan dan promosi naik maka profitabilitas akan naik, maka ditarik kesimpulan bahwa:

H₁: Beban iklan dan promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman.

Umumnya jika perusahaan melakukan aktivitas produksi dan menimbulkan beban yang besar, keuntungan yang diperoleh akan menurun. Hal ini disebabkan karena adanya pertimbangan harga jual pada pasar yang harus dicapai. Jika

biaya produksi terlalu besar dan perusahaan meningkatkan harga jual yang tidak sesuai dengan pasar, maka perusahaan akan sulit bersaing, sehingga biaya produksi perlu menjadi pertimbangan perusahaan dalam salah satu faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Menurut Harnanto (2017:27) biaya produksi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentuan laba rugi periodik apabila produk yang bersangkutan terjual. Maka apabila biaya produksi yang terjadi terlalu besar, laba perusahaan kemungkinan akan mengecil.

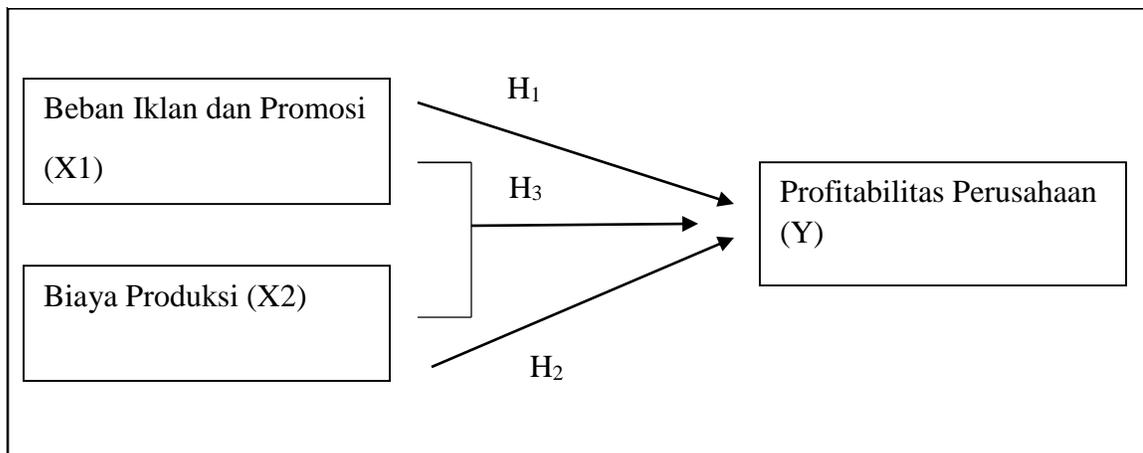
Menurut Ramadita dan Suzan (2019) setiap terjadinya peningkatan terhadap biaya produksi sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain nol, maka profitabilitas perusahaan akan menurun. Dengan begitu, akan ditarik kesimpulan untuk membentuk hipotesis bahwa:

H₂: Biaya produksi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, dapat dilihat bahwa baik beban iklan dan promosi, dan biaya produksi memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Dengan demikian ditarik hipotesis bahwa:

H₃: Beban iklan dan promosi, dan biaya produksi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman.

Gambar 1. 1.
Kerangka Pemikiran



Sumber: Okyere, et al. (2011), Ardin (2018), dan Ramadita & Susan (2019) (diolah kembali), Mursid (2016), Harnanto (2017)