

Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Pada BEI 2019-2022

Rahmawati^{1*}, Helmiati², Atilah Intan Pahlewi³

Program Studi Akuntansi, STIE Bangkinang, Indonesia

Email : ^{1*}rahmawati@stiebangkinang.ac.id, ²helmiati139@gmail.com, ³atilahintan29@gmail.com

Email Corresponding Author: rahmawati@stiebangkinang.ac.id

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Promosi secara simultan dan parsial terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan ditetapkan dalam penelitian ini berjumlah 9 perusahaan dengan kriteria yang dikehendaki penulis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan model regresi linear berganda menggunakan SPSS 25.00. berdasarkan hasil uji simultan variabel indikator Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Pajak Penghasilan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel indikator Penjualan, Biaya Produksi, dan Biaya Promosi menunjukkan berpengaruh yang signifikan terhadap Laba Bersih. Sedangkan Pajak Penghasilan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Laba Bersih. Keeratan hubungan yang terjadi antara variabel indikator Volume Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Pajak Penghasilan terhadap Laba Bersih tergolong cukup kuat dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 69,4%. Sedangkan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 41,5% dan sisanya 58,5% diterangkan oleh variabel lain yang diterangkan oleh variabel lain yang dimaksudkan ke dalam model penelitian lain.

Kata Kunci: Penjualan, Biaya Promosi, Biaya Produksi dan Pajak Penghasilan

Abstract -This research aims to examine the influence of sales, Production Costs, Promotion Costs simultaneously and partially on Net Profit in Pharmaceutical Sub-Sector Companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2022. Sampling was carried out using a purposive sampling method and was determined in this research to be 9 companies with the criteria desired by the author. Hypothesis testing was carried out using a multiple linear regression model using SPSS 25.00 Based on the results of simultaneous tests, the indicator variables Sales, Production Costs, Promotion Costs and income Tax were proven to have a significant effect on Net Profit. Based on partial test results, the indicator variables sales, production costs and promotion costs show a significant effect on net profit. The close relationship between the indicator variable sales volume, production costs, promotion costs and income Tax on net profit is quite strong with a correlation coefficient (R) of 69,4%. Meanwhile, the contribution of the independent variable to the dependent variable is 41,5% and the remaining 58,5% is explained by other variables which are explained by other variables intended for other research models.

Keywords: Sale, Promotional Costs, Production Cost and Income Tax

1. PENDAHULUAN

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau Indonesia Stock Exchange (IDX) adalah bursa efek yang beroperasi di Indonesia. Bursa Efek Indonesia merupakan bursa hasil penggabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES). Demi efektivitas operasional dan transaksi, Pemerintah memutuskan untuk menggabungkan Bursa Efek Jakarta sebagai pasar saham dengan Bursa Efek Surabaya sebagai pasar obligasi dan derivatif menjadi BEI. Bursa hasil penggabungan ini mulai beroperasi pada 1 Desember 2007.

Industri sub sektor farmasi mampu memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan perekonomian nasional. Direktur Jenderal Industri Kimia, Farmasi, dan Tekstil (IKFT) Kemenperin Achmad Sigit Dwiwahjono mengatakan Industri ini juga memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas sebesar 3,24 persen. (sumber : kemenperin.go.id).

Untuk memperoleh laba yang optimal, perusahaan harus memperhatikan biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan yaitu dengan meningkatkan volume penjualan produk dan menekan biaya dikeluarkan oleh perusahaan. Pendapatan bersih adalah selisih positif antara total pendapatan dan total biaya (Mulyana,2017).

Tabel 1. Laba Bersih Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Laba Bersih			
		2019 (Rp)	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)
1	DVLA	222	162	146	149
2	KLBF	2.537.602	2.799.622	3.232.008	3.450.083
3	MERK	78	72	132	180
4	PEHA	102	47	11	27
5	PYFA	9.343	22.104	5.479	275.472
6	SCPI	113	218	119	175
7	SIDO	807.689	934.016	1.260.898	1.104.714
8	SOHO	118.702	172.200	551.091	357.015

No	Kode Perusahaan	Laba Bersih			
		2019 (Rp)	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)
9	TSPC	595.155	834.370	877.816	1.037.528
Jumlah		4.069.006	4.762.811	5.927.700	6.225.343
Rata –rata		452.112	529.201	658.633	691.705

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa laba bersih pada perusahaan sub sektor farmasi mengalami peningkatan dari tahun 2019 sampai 2021 tetapi mengalami penurunan pada tahun 2022. Hal tersebut dikarenakan ada nya lonjakan permintaan obat-obatan dan vitamin untuk menjaga kesehatan tubuh saat pandemi covid-19. Dengan adanya *demand* yang meningkat selama masa pandemi, maka beberapa perusahaan farmasi mengalami peningkatan penjualan yang cukup tinggi sehingga akan mempengaruhi sisi keuangan perusahaan.

2. KERANGKA TEORI

2.1 Penjualan

Menurut Swasta Basu (2019:8-10), “Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan. Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dengan pembeli”.

2.2 Biaya Produksi

Menurut Riwayandi (2014:10) biaya produksi (manufacturing cost) adalah biaya yang berhubungan fungsi produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

2.3 Biaya Promosi

Biaya Promosi merupakan sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Menurut (Irpan Januarsah, JubiJubi, Ady Inrawan, 2019), biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

2.4 Pajak Penghasilan

Pajak penghasilan merupakan jenis pajak subjektif yang kewajiban pajaknya melekat pada subjek pajak yang bersangkutan dan pembebanannya tidak dapat dilimpahkan kepada pihak lain, tetapi harus menjadi beban langsung wajib pajak yang bersangkutan. Menurut Mardiasmo (2018 : 60), Pajak Penghasilan merupakan pajak yang dikenakan untuk orang pribadi, perusahaan atau badan hukum lainnya atas penghasilan yang didapat.

3. METODE PENELITIAN

Sampel yaitu semua perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022 yang diambil menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria berikut: Perusahaan sub sektor farmasi yang menerbitkan laporan keuangan di BEI yang memperoleh kerugian selama periode penelitian dari 2019-2022.

Tabel 2. Daftar Sampel Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
2	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
3	MERK	Merck Tbk.
4	PEHA	Phapros Tbk.
5	PYFA	Pyridan Farma Tbk.
6	SCPI	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk.
7	SIDO	Industri Jamu dan Famasi Sido Muncul Tbk.
8	SOHO	Soho Global Health Tbk.
9	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data secara umum diperoleh dari arsip perusahaan baik yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan melainkan dari internet. data yang dianalisis adalah data laporan keuangan perusahaan. Analisa data yang digunakan yaitu analisis statistik regresi linear berganda dan menggunakan software SPSS versi 25.0.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Keterangan:

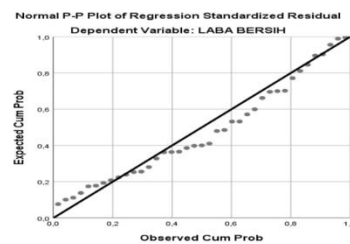
Y = Laba Bersih

α	= konstanta sebagai titik potong
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= Koefisien Regresi
X_1	= Penjualan
X_2	= Biaya Produksi
X_3	= Biaya Promosi
X_4	= Pajak Penghasilan
ε	= Error Term

4. HASIL

4.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data pada penelitian ini dilakukan dengan melihat *P-P Plot of Regression Standardized Residual*.



Gambar 1. Uji Normalitas

Dari hasil uji normalitas menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari gambar hasil pengolahan diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dimaksud diantaranya hasil uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas.

4.3 Hasil Uji Multikolonearitas

Pengujian multikolonearitas bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang sempurna sesama variabel bebas, karena data yang baik dalam asumsi klasik adalah data yang bebas multikolonearitas, dimana tidak boleh terjadi hubungan yang erat antara variabel bebas. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

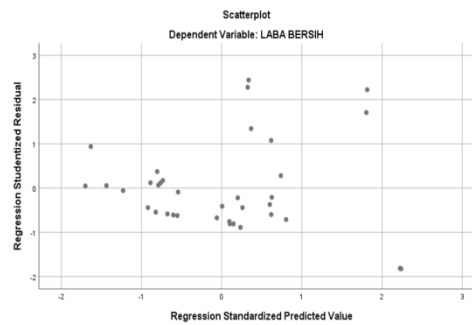
Table 3. Uji Multikolonearitas

Coefficients ^a				
Model		Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	(Constant)			Bebas Multikolinearitas
	Penjualan	0,889	1,125	
	Biaya Produksi	0,753	1,329	
	Biaya Promosi	0,773	1,294	
	Pajak Penghasilan	0,763	1,311	
a. Dependent Variable: Laba Bersih				

Dari hasil uji multikolonearitas dapat dilihat bahwa seluruh nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda dalam penelitian ini bebas dari multikolonearitas.

4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas bahwa data menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

4.5 Hasil Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada $t-1$ (sebelumnya). Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,694 ^a	,482	,415	110863,0301	1,254
a. Predictors: (Constant), Pajak Penghasilan, Biaya Promosi, Penjualan, Biaya Produksi					
b. Dependent Variable: Laba Bersih					

Dari hasil uji autokorelasi dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai DW hitung terletak antara range -2 sampai +2 yaitu sebesar 1,254, dengan itu dapat dikatakan bahwa model ini tidak terjadi autokorelasi.

4.6 Hasil Regresi Linear Berganda

Model regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara volume penjualan (X_1), biaya produksi (X_2), biaya promosi (X_3) dan pajak penghasilan (X_4) terhadap laba bersih (Y).

Tabel 5. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	276914,224	39652,114		6,984	0,000
	Penjualan	0,198	0,075	-0,360	-2,624	0,013
	Biaya Produksi	-0,279	0,071	-0,583	-3,908	0,000
	Biaya Promosi	0,427	0,154	0,408	2,775	0,009
	Pajak Penghasilan	-0,142	0,078	0,270	-1,822	0,078
a. Dependent Variable: Laba Bersih						

Hasil dari uji regresi linear berganda di atas dapat dilihat nilai konstanta sebesar 276914,224 dan nilai koefisien masing-masing variabel sebesar 0,198 untuk penjualan, -0,279 biaya produksi, 0,427 untuk biaya promosi dan -0,142 untuk pajak penghasilan. Maka model regresi linear berganda untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 276914,224 + 0,198 + (-0,279) + 0,427 + (-0,142) e$$

Persamaan dari penjelasan tersebut diatas adalah :

1. Nilai konstanta α adalah 276914,224 , artinya jika penjualan,biaya produksi,biaya promosi,dan pajak penghasilan nilainya adalah 0, maka laba bersih adalah 276914,224.
2. Nilai koefisien regresi variabel penjualan bernilai positif 0,198, artinya apabila variabel volume penjualan naik sebesar 1 satuan dan variabel bebas lainnya bernilai 0, maka indeks laba bersih naik sebesar 0,198.
3. Nilai koefisien regresi variabel biaya produksi bernilai negatif 0,279, artinya apabila variabel biaya produksi naik sebesar 1 satuan dan variabel bebas lainnya bernilai 0, maka indeks laba bersih turun sebesar 0,279.
4. Nilai koefisien regresi variabel biaya promosi bernilai positif 0,427, artinya apabila variabel biaya promosi naik sebesar 1 satuan dan variabel bebas lainnya bernilai 0, maka indeks laba bersih naik sebesar 0,427.

5. Nilai koefisien regresi variabel pajak penghasilan bernilai negatif 0,142, artinya apabila variabel pajak penghasilan naik sebesar 1 satuan dan variabel bebas lainnya bernilai 0, maka indeks laba bersih turun sebesar 0,142.

4.7 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F atau uji secara simultan dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (Penjualan, biaya produksi, biaya promosi dan pajak penghasilan) berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Laba Bersih).

Tabel 6. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	353872136798,789	5	88468034199,697	7,198	,000 ^b
	Residual	381008954751,404	31	12290611443,594		
	Total	734881091550,193	36			
a. Dependent Variable: Laba Bersih						
b. Predictors: (Constant), Pajak Penghasilan, Penjualan, Biaya Promosi, Biaya Produksi						

Dari hasil pengolahan data uji F (simultan) pada tabel IV.4 diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 dengan $\alpha = 0,05$, maka $\text{sig } 60 < \alpha$, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel penjualan, biaya produksi, biaya promosi dan pajak penghasilan.

4.8 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 8. Uji t (Parsial)

No	Variabel	Sig	Alfa	Keterangan
1	Penjualan	0,013	0,05	Berpengaruh Signifikan
2	Biaya Produksi	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan
3	Biaya Promosi	0,009	0,05	Berpengaruh Signifikan
4	Pajak Penghasilan	0,078	0,05	Tidak Berpengaruh Signifikan

1. Bila dilihat penjualan nilai sig 0,013 lebih kecil dari alfa (α) 0,05 yang berarti penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
2. Bila dilihat biaya produksi nilai sig 0,000 lebih kecil dari alfa (α) 0,05 yang berarti biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
3. Bila dilihat biaya promosi nilai sig 0,009 lebih kecil dari alfa (α) 0,05 yang berarti biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
4. Bila dilihat pajak penghasilan nilai sig 0,078 lebih besar dari alfa (α) 0,05 yang berarti pajak penghasilan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

4.9 Hasil Koefisien Korelasi R dan Koefisien Determinasi (Adj R²)

Koefisien Korelasi (R) Uji korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,694 ^a	,482	,415	110863,0301	1,254
a. Predictors: (Constant), Pajak Penghasilan, Biaya Promosi, Penjualan, Biaya Produksi					
B. Dependent Variable: Laba Bersih					

Dari hasil uji koefisien korelasi bahwa nilai R sebesar 0,694, berdasarkan tabel interpretasi korelasi berada pada interval (0,600-0,799) dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat tergolong kuat. Dari hasil uji koefisien determinasi variabel bebas terhadap variabel terikat diperoleh Adjusted R Square sebesar $0,415 \times 100\% = 41,5\%$, hal ini berarti penjualan (X1), biaya produksi (X2), biaya promosi (X3) dan pajak penghasilan (X4) berkontribusi 41,5% terhadap laba bersih (Y). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 58,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji F (simultan) variabel penjualan, biaya produksi, biaya promosi dan pajak penghasilan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil uji t (parsial) dari empat variabel independen yang di uji, variabel penjualan (X1) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, variabel biaya produksi (X2) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, variabel biaya promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih sedangkan variabel harga pajak penghasilan (X4) tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 41,5%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 58,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Bagi perusahaan subsektor farmasi disarankan mengoptimalkan pajak penghasilan perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambahkan variabel independen yang mempengaruhi laba bersih, menambah periode tahun penelitian ataupun mengganti objek dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul halim, Bambang Supomo, & Muhammad Syam Kusufi. Akuntansi Manajemen (Akuntansi Manajerial). Edisi . Yogyakarta: BPFE.
- Bahri, Syaiful. 2016. Pengantar Akuntansi. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi
- Hantono, & Rahmi, N. U. (2018). Pengantar Akuntansi. Yogyakarta: Deepublish.
- Baridwan, Zaki. 2015. Sistem Informasi Akuntansi. Cetakan Kesembilan. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Fraser, Lyn M., and Aileen Ormiston. 2018. Understanding Financial Statement, 9th
- Ghozali, Imam. dan Anis Chariri. 2016. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hans, 2016:126. Pengertian Laporan Keuangan. Jakarta
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Cetakan kedua belas. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Harnanto. 2017. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: ANDI, kerjasama dengan BPFEUGM.
- Hery. 2017. Teori Akuntansi Pendekatan Konsep Dan Analisis. Jakarta: Grasindo.
- Hutauruk, M. R. (2017). Akuntansi Perusahaan Jasa. Jakarta: Indeks.
- Kasmir. 2014 Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama. Cetakan Ketujuh. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Kuswadi. (2015). Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan Dan Akuntansi Biaya. Elex Media Komputindo,.
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. Dasar- dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Mardiasmo. 2018. Perpajakan Edisi Terbaru 2018. CV. Andi Offset. Yogyakarta
- Mulyadi .2014 .Akuntansi Biaya. Edisi-5. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada. Mulyadi. (2014). Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi. 2015. Akuntansi Biaya. Edisi Lima. UPP STIM KPN. Yogyakarta.
- Munawir. 2016. Analisis Laporan Keuangan, Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Subramanyam. K. R dan John J. Wild. 2014. Analisa Laporan Keuangan. Penerjemah Dewi Y. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwarjeni, V. Wiratna. 2017. Analisis Laporan Keuangan; Teori, Aplikasi dan Hasil dari Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarsan, Thomas. (2017). Akuntansi dasar dan aplikasi dalam bisnis versi IFRS, Jilid 1, Edisi kedua. Penerbit Indeks.
- S.R, Soemarso. 2016. Akuntansi Suatu Pengantar. Buku 2, Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat
- Riwayadi. 2014. Akuntansi Biaya. Pendekatan Tradisional dan Kontemporer. Jakarta: Salemba Empat.
- Rudianto. (2013). Pengantar Akuntansi Konsep dan Teknik Penyesuaian, Adaptasi IFRS. Jakarta: Erlangga.