

PERSEMBAHAN

Persembahan karya tulis sederhana ini untuk orang-orang yang telah memberi motivasi, semangat dan cintakasih dalam perjalanannya hidupku :

Kasih sayang yang tulus untuk ayahku I Putu Darmeyase dan ibuku Ni Luh Martini, serta adik laki-lakiku yang tercinta I Kadek Agus Mahendra yang telah mendukung dan selalu memberikan motivasi, terimakasih atas segala do'a , dan kasih sayang sehingga membawaku melangkah hingga sejauh ini. Baktiku akan terus mengalir dan tak akan lekang oleh waktu.

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWIJA JAKARTA
PROGRAM SARJANA – PROGRAM STUDI MANAJEMEN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ni Putu Mahyoni
NIM : 2015521327
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Promosi, Ukuran Perusahaan, Dan
Modal Kerja Terhadap Laba Pada Perusahaan Yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2018

Bogor, 24 Februari 2020

Dosen Pembimbing,

Dr. Susanti Widhiastuti, MM

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini,

Nama : Ni Putu Mahyoni

NIM : 2015521327

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini, adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik Saya, karena itu pertanggung jawabannya berada di pundak saya. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Bogor, 24 Februari 2020

Ni Putu Mahyoni
NIM : 2015521327

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN MODAL KERJA TERHADAP LABA PERUSAHAAN
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI**



NI PUTU MAHYONI

2015521327

Telah di pertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 20 Februari 2020 dan di nyatakan memenuhi syarat untuk di terima sebagai skripsi program sarjana manajemen – program studi manajemen.

1. Dr. Sri Lestari Prasilowati, MA
- Ketua Penguji
- 2.
3. Drs. Juniarto R. Pasetyo, MPM, Ed.D
- Anggota Penguji
4. Dr. Susanti Widhiatuti, SE, MM
- Anggota Penguji

Menyetujui,

Sekolah tinggi ilmu ekonomi IPWIJA program sarjana –
Program studi manajemen keuangan,

Dr. Susanti Widhiastuti MM.

Tanggal : 20 Februari 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap laba perusahaan. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan bidang makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia pada periode tahun 2017 sampai dengan tahun 2018 , dengan jumlah 51 perusahaan. Sampel yang di gunakan dalam peelitian ini adalah purposive sampling yaitu memilih sampling dengan kriteria tertentu dan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini berjumlah 8 perusahaan makanan dan minuman

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan namun tidak secara parsial. Ukuran perusahaan dan modal kerja berpengaruh positif terhadap laba perusahaan

Kata kunci : Biaya promosi, ukuran perusahaan, modal kerja, laba perusahaan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotional costs, company size and working capital on company profits. The population in this study are food and beverage companies listed on the Indonesian stock exchange in the period from 2017 to 2018, with a total of 51 companies. The sample used in this study was purposive sampling which chose sampling with certain criteria and the samples used in this study were 8 food and beverage companies.

The results showed that the cost of promotion has a positive effect on company profits but not partially. Company size and working capital have a positive effect on company profits.

Keywords: Promotional costs, company size, working capital, company profits

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian SKRIPSI ini dengan baik. Adapun judul yang penulis ambil adalah “PENGARUH BIAYA PROMOSI, UKURAN PERUSAHAAN, DAN MODAL KERJA TERHADAP LABA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI”. Dalam penulisan ini penulis sangat menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak penulis tidak akan bisa menyelesaikan penulisan ini dengan baik dan tepat waktu, oleh sebab itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Susanti Widhiastuti, S.E. M.M selaku dosen pembimbing dan selaku ketua program S1 STIE IPWIJA yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga penelitian ini dapat selesai
2. Dr. Suyanto, S.E,M.M, CA selaku ketua STIE IPWIJA
3. Drs. Jayadi M.M selaku pembimbing kelas F12
4. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan do'a, dan
5. Teman- teman kelas F12

Serta semua pihak yang tidak bis saya sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penelitian ini.

Daftar Isi

Daftar Tabel.....	x
Daftar gambar	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Manajemen Keuangan	8
2.1.1 Laba Perusahaan	9
2.1.2 Biaya Promosi.....	12
2.1.3. Ukuran perusahaan.....	15
2.1.4. Modal kerja.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB 3 METODOLOGO PENELITIAN	30
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	30
3.2 Desain Penelitian	31
3.3 Operasional Variabel.....	32
3.4 Populasi, Sampel, Dan Metode Sampling	34
3.4.1 Sampel Dan Metode Sampling.....	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.5.1 Sumber Data.....	36
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Rancangan Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesi	37
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Hasil Penelitian	44
4.1.1. Gambaran Obyek Penelitian.....	44
4.1.2. Deskriptif Variabel Penelitian	45
4.1.3. Analisis	49

4.1.3.1.	Uji asumsi klasik	49
4.1.3.2.	Hasil Uji Linier Ganda	56
4.1.4.	Pengujian	57
4.1.4.1.	Hasil Uji-t.....	57
4.1.4.2.	Hasil uji-F	59
4.1.4.3.	Koefisien determinasi R^2	60
4.2.	Pembahasan Penelitian.....	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		69

Daftar Tabel

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2. Waktu Penelitian	30
Tabel 3. Desain Penelitian	31
Tabel 4. Oprasional Variabel	33
Tabel 5. Sampel Persuhaan	35
Tabel 6. Daftar Perusahaan BEI	45
Tabel 7. Daftar Laba Perusahaan	46
Tabel 8. Biaya Promosi	47
Tabel 9. Ukuran Perusahaan	48
Tabel 10. Modal Kerja	49
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 12. Uji Multi Kolineritas	52
Tabel 13. Uji Asumsi Auto Korelasi	53
Tabel 14. Hasil Uji Linier Ganda	56
Tabel 15. Hasil Uji-F	59
Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi	60

Daftar gambar

Gambar 1. Alur Pikir.....	28
Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	55

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap perusahaan yang melakukan kegiatannya baik perusahaan kecil ataupun perusahaan besar pasti ingin mendapat laba yang besar. (Ashari Dkk, 1994 dalam Assih, 2004) laba perusahaan merupakan salah satu komponen penting dalam laporan keuangan dan menjadi komponen penting yang ada dalam suatu perusahaan, dalam menjalankan usahan perusahaan modern memerlukan aktiva nyata yang tidak terbatas jenisnya yang sangat penting bagi pihak investor maupun pihak perusahaan sendiri.yang bertujuan untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan labajangka panjang dan menaksir resiko investasi (Irawati dan Anugerah, 2007).

Laba yang besar tidak hanya di ingin kan perusahaan besar saja, melainkan semua kalangan pengusaha. laba perusahaan lebih sering di kaitkan dengan Pihak – pihak yang kontra terhadap manajemen laba, menganggap bahwa manajemen laba merupakan pengurangan dalam keandalan informasi yang cukup akurat mengenai laba untuk mengevaluasi return dan resiko portofolionya

Kebijakan perusahaan mengenai kegiatan promosi akan sangat menentukan seberapa besar volume penjualan yang dapat diperoleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan apabila perusahaan memiliki produk yang berkualitas

dengan harga yang terjangkau serta sistem distribusi yang baik namun tidak mampu memperkenalkan produk secara luas dan merata, maka produk yang dihasilkan tidak akan memiliki nilai jual (Hamzah,2002).

Meurut Rangkuti (202:1) kegiatan promosi bagi banyak perusahaan merupakan kegiatan investasi yang sangat kritis melalii kegiatan prmasaran. Promosi meripakan alat yang paling umum dalam menciptakan kominikasi dua tiga arah antara perusahaan dengan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat menggunakan alat-alat promosi seperti iklan, promosi penjualan, personal selling, dan publisitas sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produk serta membangun persepsi yang baik terhadap produk kepada konsumen secara efektif dab afisien.

Besarnya biaya dalam kegiatan promosi oleh perusahaan untuk memasarkan hasil produksinya kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan gerak produsen dan perkembangan pasar konsumen. Biaya promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk promosi (Kotler, 2006: 640).

Biaya promosi juga di gunakan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkann laba yang lebih tinggi(Hermono, 2012). Hal ini di perkuat oleh Alma (2009: 157), pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat. Laba yang di peroleh laba perusahaan juga akan meningkat.

Salah satu alasan di lakukannya perhitungan biaya promosi adalah untuk mengetahui manfaat yang akan di peroleh oleh suatu perusahaan. Untuk itulah dalam menunjang kegiatan perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya-biaya untuk mendapatkan pembeli atau pelanggan. semakin tinggi tingkat promosi biasanya berpengaruh pada laba perusahaan, karna semakin tinggi tingkat promosi yang dilakukan dalam suatu perusahaan terutama pada perusahaan manufaktur akan memungkinkan bagi perusahaan untuk memperoleh laba yang sangat tinggi. Volume penjualan adalah barang yang di jual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu. Adapun penelitian yang di lakukan oleh Widhiastuti Dan Nugraha (2018) mengatakan bahwa biaya promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap profit dan nilai perusahaan. Promosi juga sangat penting untuk meningkatkan laba perusahaan (Widhiastuti, 2018).

Ukuran perusahaan dapat di katakan akan meningkat apabila harga saham meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham(Suharli, 2006). Nilai suatu perusahaan biasanya dapat di ukur dengan harga pasar saham perusahaan tersebut, karna ukuran perusahaan mencerminkan dari semua asset yang dimiliki suatu perusahaan. Adapun penelitian yang di lakukan oleh Pratama dan Wiksuna (2016) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

(Weston & Brian, 2000) yang mengemukakan bahwa Modal Kerja adalah tujuan utama dari setiap perusahaan adalah mendapatka keuntungan yang maksimal, agar perusahaan bias mencapai target atau keuntungan yang di tentukannya maka di lakukan dengan memaksimalkan modal kerja. Karena

hampir semua sumberdaya suatu perusahaan terdapat pada modal kerja perusahaan tersebut, sehingga permasalahan dalam modal kerja menjadi sangat penting bagi setiap perusahaan. Karena tanpa adanya modal kerja perusahaan tidak bisa beroperasi dan sebagian besar perhatian manajer di fokuskan untuk mengelola modal kerja perusahaan (Weston & Brigham, 2000).

Berdasarkan penjelsan di atas tentang pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan, dan modal kerja terhadap laba perusahaan pada perusahaan barang industri manufaktur barang konsumsi, mendorong di lakukannya penelitian di samping saran dari penelitian sebelumnya yang membahas tentang variabel biaya promosi (Widhiastuti dan Nugraha, 2018) di mana dalam penelitiannya biaya promosi di gunakan sebagai variabel bebas dan nilai perusahaan sebagai variabel inti, ukuran perusahaan (Hartini dan Widhiastuti, 2017), modal kerja (Widhiastuti dan Hartini, 2016) dan laba atau kinerja perusahaan. dimana laba atau kinerja perusahaan juga merupakan penelitian dari Wishiastuti dan Hartini (2016). Pada penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap profit dan laba terhadap nilai perusahaan.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang masalah, saran peneliti sebelumnya, maka penulis memilih melakukan penelitian lanjutan dengan judul :

“PENGARUH BIAYA PROMOSI, UKURAN PERUSAHAAN, DAN MODAL KERJA TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA INDUSTRI MANUFAKTUR : BARNG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016 – 2018”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di sampaikan di atas, maka maka permasalahan umum penelitian di atas adalah apakah terdapat pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan, modal kerja terhadap laba atau profit perusahaan, permasalahan tersebut dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI ?
2. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI?
3. Apakah terdapat pengaruh modal kerja terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap laba atau profit perusahaan. Tujuan tersebut dapat di uraikan sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh modal kerja perusahaan terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai kalangan.

Adapun manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoris
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu di bidang keuangan
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat di gunakan sebagai referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian di bidang manajemen keuangan khususnya yang berkaitan dengan biaya promosi, ukuran perusahaan, modal kerja, dan laba perusahaan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat di gunakan sebagai imput bagi pimpinan dalam menentukan kebijakan – kebijakan yang berhubungan dengan nilai promosi, ukuran perusahaan, modal kerja, dan profit perusahaan.

- b. Hasil penelitian ini di harapkan dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran guna meningkatkan biaya promosi di dalam laba perusahaan

1.5.Sistematika Penulisan

Penelitian ini di lakukan dalam rangka penyusunan tesis di mana sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

Bab 1 merupakan pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 merupakan kajian pustaka yang membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesa di mana landasan teori yang terkait dengan topic penelitian ini mencangkup Grand Teori dan teori mengenai biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja.

Bab 3 merupakan bab yang membahas mengenai metodologi penelitian yang berisi antara lain tempat dan waktu penelitian, desain penelitian, oprasionalisasi variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab 4 merupakan bab yang membahas hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

Bab 5 meripakan bagian akhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Keuangan

Husnan Dalam buku manajemen keuangannya yang berjudul manajemen keuangan teori dan penerapan (keputusan jangka panjang), (3:4) menyampaikan bahwa manajemen keuangan adalah manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan. Sedangkan fungsi merupakan kegiatan utama yang harus di lakukan oleh mereka yang bertanggung jawab dalam bidang/aspek keuangan.

Fungsi keuangan menurut J.fred Weston dan Eugene F. brigham dalam buku manajemen keuangannya (*managerial finance*, 7:3) menyatakan bahwa fungsi manajemen keuangan dapat di terangkan berdasarkan fungsi dan tanggung jawab dari manajer keuangan. Walaupun berbeda dari suatu perusahaan ke perusahaan lain, tetapi beberapa tugas–tugas keuangan mempunyai dasar yang sama. Modal haus di cari dari sumber-sumber luar dan di alokasikan untuk berbagai keperluan.

Menurut Weston dan Brigham dalam Buku Manajemen Keuangannya (*managerial finance*), (7:4) Tujuan manajemen keuanga telah di terlihat wujudnya dalam proses penilaian yangdi lakukan oleh pasar uang. Tujuan utama manajemen keuangan memaksimumkan kekayaan pemegang saham. Menurut Sutrisno (2007:3) Mengemukakan bahwa, Manajemen

keuangan atau di sebut juga pembelanjaan dapat di artikan sebagai semua aktifitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan melokasikan dana tersebut secara efisien.

Dari urain di atas dapat di simpulkan bahwa menejemen keuangan merupakan pengelola asset untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.1.1 Laba Perusahaan

Laba Adalah selisih lebih pendapatan atas beban beban dengan kegiatan usaha. Apabila laba lebih besar dari pendapatan, selisihnya di sebut rugi. Laba atau rugi ini belum merupakan laba yang sebenarnya. Laba atau rugi yang sebenarnya di ketahui apabila perusahaan telah menghentikan kegiatannya dan di likuiditaskan (Soemarso : 2010).

Suardjono (2008) laba di maknai sebgai imbalan atas pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa). Themin (2012) laba adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode akuntansi (misalnya kenaikan asset, atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas, selain yang menyangkut transaksi dengan pemegang saham.

Belkaoui (2007) laba adalah hal yang paling penting dan mendasar dari laporan keuangan dan memiliki banyak kegunaan di berbagai konteks. Laba umumnya di gunakan sebagai dasar dalam perpajakan, penentu dari kebijakan

pembayaran deviden, panduan dalam melaksanakan investasi dan pengambilan keputusan, dan satu elemen dalam peramalan

Menurut Hendriksen (2004: 329), dalam penelitian Rahmanita (2017) konsep laba terdiri dari berbagai macam bentuk dan jenis, diantaranya adalah sbagai berikut :

1. Konsep Laba Ekonomi

Pengukuran laba yang penting yaitu pengukuran laba yang ekonomi dan laba permanen. Laba ekonomi biasanya berupa arus kas, di tambah dengan nilai wajar aktiva . sedangkan laba permanen di sebut laba berkelanjutan atau laba yang di normalkan merupakan rata-rata laba stabil yang di taksir dapat di peroleh perusahaan sepanjang umur.

2. Konsep Laba Akuntansi

Laba akuntansi di ukur melalui konsep akuntansi arkual. Mekipun laba akuntansi mencangkup baik aspek laba ekonomi maupun laba permanen, namun laba ini bukan merupakan pengukuran laba secara langsung

Menurut stice et. Al, (2004 :230) laba di bagi menjadi empat elemen yaitu :

1. Pendapatan (*revenue*)

Pendapata merupakan arus masuk atau peningkatan lain dari peningkatan entitas atau pelunasan kewajibannya(atau kombinasi dari keduanya) dari penyerahan suatu produk atau

barang, pemberian jasa atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar yang sedang di lakukan entitas tersebut.

2. Beban (*expense*)

Beban adalah arus kas yang keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban(atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pembelian jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha utama atau yang sedang di lakukan entitas tersebut.

3. Keuntungan (*gain*)

Keuntungan adalah peningkatan dalam ekuitas(aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dalam suatu entitas dan dari semua transaksi, kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut , kecuali berasal dari pendapatan atau investasi pemilik

4. Kerugian (*loss*)

Kerugian merupakan penurunan dari ekuitas(aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari satu entitas dan dari semua transaksi, kejadian, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari investasi pemilik.

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat di simpulkan bahwa laba perusahaan merupakan tujuan utama suatu perusahaan. Laba

perusahaan di gunakan sebagai biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa suatu perusahaan. Laba juga biasanya di gunakan sebagai dasar perpajakan, penentu dari kebijakan pembayaran deviden, panduan dalam melakukan investasi, pengambilan keputusan, dan satu elemen dalam peramalan. Rumus untuk mencari laba perusahaan (Rahmanita, 2016).

$$\text{Laba bersih} = \text{Pendapatan kotor} - \text{Beban}$$

2.1.2 Biaya Promosi

Promosi Merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan Definisi Volume Penjualan Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan. Voume penjualan tidak memisahkan secara tunai atau kredit , namun di hitung dari hasil keseluruhan dari total yang di capai. Apabila volume meningkan dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan juga menurun. Menurut Kolter (2006:68) volume penjualan adalah barang yang di jual berupa bentuk uang untuk jangka waktu tertentu, dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Senada dengan Kotler, Marbun (2003: 225) mengatakan volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan volume penjualan adalah barang yang dijual oleh perusahaan dalam uang selama jangka waktu tertentu.

(Kotler, 2006: 640). Biaya promosi tersebut ditujukan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkan laba yang lebih tinggi (Hermono et. al, 2012). Hal ini diperkuat pernyataan Alma (2009 :640), pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat. Dengan adanya peningkatan penjualan maka laba yang di peroleh perusahaan juga akan meningkat. Selain biaya promosi, biaya lain yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi besar kecilnya laba yang di peroleh yaitu biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap di jual. Untuk dapat mencapai promosi yang efisien maka perlu di lakukan pengendalian biaya produksi, yang di keluarkan oleh (Rustami et, al. 2014). Biaya dan pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam setiap perusahaan, baik itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun perusahaan manufaktur, dan perhitungannya harus dilakukan secara efisien dan seefektif mungkin (Rahmawati et. al, 2014). Pengelolaan biaya produksi yang kurang baik mengakibatkan turunnya pendapatan yang diterima. Penggunaan bahan baku yang berkualitas baik akan menghasilkan produk yang baik pula (Prihandoko, 2016).

Winardi (2003:379) dalam buku manajemen pemasarannya mengemukakan bahwa promosi adalah (usaha untuk menunjukan sesuatu) kerap kali latihan promosi di kaitkan dengan perdagangan, kepriwisataaan, produksi yang berarti untuk memajukan ketiga usaha tersebut dengan sasaran laba yang semaksimal mungkin.

Menurut Saladin (2003: 179), dalam penelitian Rahmanita(2017) Promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan promosi yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen dan membantu pekerjaan penjualan dalam pemasaran”. Untuk melaksanakan kegiatan ini pastinya membutuhkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu biaya promosi adalah biaya yang digunakan untuk membiayai kegiatan penjualan.

Menurut Tjiptono (2008: 221), tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*Informing*)
2. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*)
3. Mengingatnkan (*Remainding*)

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat di simpulkan bahwa biaya dan pendapatan merupakan factor yang sangat penting dalam setiap perusahaan. promosi merupakan suatu usaha yang di gunakan oleh perusahaan baik di bidang jasa, *industry*, maupun perdagangan. Rumus untuk mencari biaya promosi (widhiastutu, 2018)

$$\text{Biaya promosi} = \frac{\text{biaya promosi}}{\text{biaya oprasional}}$$

2.1.3. Ukuran perusahaan

Pratama, 2016 (dalam penelitiannya) ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang di pertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari asset yang di miliki dari suatu perusahaan. Perusahaan sendiri di kategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan bersekala kecil dan perusahaan bersekala besar. Semakin besar ukuran perusahaan, berate asset yang di miliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang di butuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan oprasional pun semakin banyak. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan di gunakan oleh perusahaan. menurut Riyanto (2011:299) perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan pasar modal hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap hilangnya atau tergesernya control dari pihak dominan dari perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil dimana sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian maka perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saaham baru demi memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan di bandingkan dengan perusahaan yang kecil.

Ukuran perusahaan di anggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perus haan dapat terlihat dari total asset yang di miliki oleh suatu

perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan sedang berkembang dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat di tandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar di bandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Ukuran perusahaan dapat di lihat dari total asset yang di miliki oleh perusahaan di nilai dengan *log of total asset*. Rumus ukuran perusahaan (Pratama, 2016).

$$Size = \text{Log of Total Aseet}$$

2.1.4. Modal kerja

Atmaja, (1994 : 133), Modal adalah dana yang di gunakan untuk membiayai peng adaan aktiva dan oprasi perusahaan. Modal terdiri dari item-item yang ada di sisi kana suatu neraca , yaitu : hutang, saham biasa, saham preferen, dan laba di tahan.

Kasmir (2010:210) Modal kerja adalah modal yang di gunakan untuk membiayai oprasional perusahaan sehari-hari, terutama yang memiliki jangka waktu pendek. Dengan kata lain modal kerja merupakan investasi yang di tanamkan dalam aktiva lancet atau aktiva jangka pendek seperti : ksa, bank, surat berharga, persediaan, dan aktiva lancar lainnya. Biasanya modal kerja di gunakan beberapakali dalam satu periode.

Weston dan Compeland (2001) yang di kutip oleh Desanti (2008) menerangkan bahwa modal kerja merupakan investasi dalam bentuk uang tunai,

surat berharga, piutang dan persediaan, di kurangi kewajiban lancar yang di gunakan untuk membiayai aktiva lancar suatu perusahaan. Jumlah ini di sebut modal kerja bersih (*net working capital*). Penjelasan di atas senada di ungkap oleh Alwi (2003), modal kerja mengandung dua pengertian pokok, yaitu *gross working capital* yang merupakan keseluruhan dari aktiva lancar dan *net working capital* yang merupakan selisih antara aktiva lancar dan hutang lancar.

Menurut Brigham dan Houston (2006), (dalam penelitian Nugroho 2011) modal kerja merupakan investasi sebuah perusahaan pada aktiva-aktiva jangka pendek. Dari pengertian di tersebut modal kerja memiliki unsur-unsur aktiva jangka pendek Yang terdiri dari :

1. Kas

Kas merupakan rekening giro ditambah dengan mata uang. Kas adalah aktiva yang paling liquid, selain itu kas juga merupakan aktiva yang tidak menghasilkan. Kas dibutuhkan perusahaan untuk membayar tenaga kerja, bahanbaku, melunasi utang, membeli aktiva tetap, membayar pajak, membayar deviden, dan kebutuhan lainnya. Namun kas tersbut tidak menghasilkan bunga sehingga tujuan manajemen kas adalah untuk meminimalkan jumlah kas pada titik dimana kas tersebut cukup untuk menjalankan aktivitas bisnis secara normal. Walaupun kas tidak menghasilkan bunga, tetapi John Maynard Keynes menyebutkan tiga motif untuk menahan kas, yaitu motif transaksi, motif spekulasi, dan motif berjaga-jaga.

2. Sekuritas

Sekurita merupakan searik kertas yang menunjukkan kepemilikan untuk memperoleh bagian dari prospek atau kekayaan perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut dan berbagai kondisi yang melaksanakan hak tersebut. Menurut bank indonesia, sekuritas adalah surat berharga dalam bentuk fisik (warkat) yang mempunyai nilai uang yang dapat diperdagangkan di pasar uang atau pasar modal. Selain dengan kas, perusahaan juga memerlukan sekuritas yang dapat diperjual belikan sebagai cadangan bagi akun kas. Jika kas memiliki kurang dari yang diperlukan, maka sekuritas tersebut dapat dijual untuk memenuhi kekurangan kas. Oleh karena itu sekuritas ini dimaksudkan sebagai pertahanan pertama atas kebutuhan operasional yang tidak diperkirakan oleh perusahaan (James Van Horne Dan John M. Wachhowisz, 2009).

3. Persediaan

Persediaan merupakan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan yang selanjutnya akan dijual dengan tanpa diolah terlebih dulu. Persediaan sendiri biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Biaya tersebut antara lain adalah biaya sewa gudang, biaya perawatan, biaya asuransi, biaya pengangkutan, dan lain sebagainya. Selain biaya, persediaan juga akan memiliki resiko yang sangat tinggi yaitu resiko hilang, resiko rusak dll. Untuk meminimalkan biaya dan resiko, banyak perusahaan berusaha meminimalkan jumlah persediaannya. Sistem yang sering dipakai adalah Just-In-Time (JIT) yang bertujuan untuk memperoleh barang yang diperlukan tepat waktu. Sehingga perusahaan mencari atau memproduksi barang yang diperlukan

hanya pada saat di perlukan saja, dengan begitu jemplah persediaan dapat di minimalisir.

4. piutang

Piutang merupakan hak untuk menerima sejumlah kas pada waktu yang akan datang karena kejadian yang telah terjadi di masa lalu. Piutang muncul karena adanya penjualan secara kredit, pemberian pinjaman, persekot dalam kontrak pembelian, dll. Jumlah piutang yang di miliki oleh perusahaan erat hubungannya dengan volume penjualan secara kredit yang di lakukan oleh perusahaan tersebut. Perputaran piutang menjadi kas di pengaruhi oleh masyarakat pembayaran piutang tersebut, jika syaran pembayaran lunak maka jumlah piutang akan semakin besar tapi perputaran piutang akan semakin randah dan jika syarat pembayaran ketat akan berlaku sebaliknya. Sehingga syarat pembayaran piutang akan berpengaruh pada penjualan yang selanjutnya akan berimbas pada profitabilitas. Syarat pembayaran piutang memang seperti pisau bermata dua, karena semakin tinggi perputaran piutang berarti makin efisien.

Rumus modal kerja (pramuditasari, 2013) adalah :

$$\text{Modal kerja} = \text{aktiva lancar} - \text{hutang lancar}$$

2.2. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, di kemukan dari tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Table 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Widhiastuti 2018	Pengaruh Biaya Intelektual, Biaya Promosi, Dan Perputaran Persediaan Dalam Mempengaruhi Profit Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh terhadap profit perusahaan tetapi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap profit dan nilai perusahaan. Perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap profit tetapi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2.	Rahmanita 2017	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening	biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih dari hasil pengujian thitung 4,576 > ttabel 2022 dan variabel biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih dari hasil pengujian thitung 3,114 > ttabel 2,022.

			Berdasarkan hasil rumus sobel test dari persamaan pertama variabel biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening dengan nilai thitung sebesar $2,954 > t_{tabel} 2,022$, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh mediasi.
3.	Fachrudin 2011	Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Agency Cost Terhadap Kinerja Perusahaan	Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif struktur modal terhadap agency cost dan pengaruh signifikan negatif ukuran perusahaan terhadap agency cost; tidak terdapat pengaruh signifikan struktur modal, ukuran perusahaan, dan agency cost terhadap kinerja perusahaan; serta tidak terdapat pengaruh tidak langsung struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan melalui agency cost sebagai intervening variable.
4.	Indriyani 2017	Pengaruh Ukuran N Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif

			<p>terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 41,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.</p>
5.	Pratama dan wiksuna 2016	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi	<p>Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan dan Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. Namun profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan serta Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Leverage</p>

			terhadap Nilai Perusahaan.
6.	Nugroho 2011	Analisis Pengaruh Likwiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas, variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negative tidak signifikan variabel perputaran modsl kerja dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, dan variabel leverage berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Sehingga hanya perputaran modal kerja, ukuran perusahaan, dan leverage memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2005-2009.
7.	Desanti 2008	Analisis Pengelolaan Modal Kerja, Profit Margin, Oprating Assets Turnover, Dan Ukuran Perusahaan Serta Pengaruhnya Terhadap Tingkat Rentabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa perputaran modal kerja memiliki pengaruh negative terhadap rentabilitas pada level signifikan 5%, sementara variabel

			independen lainnya (profit margin, perputaran aset, turnover, dan ukuran perusahaan) memiliki pengaruh positif terhadap tingkat rentabilitas pada level signifikan 1%. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa profit margin memiliki pengaruh paling dominan terhadap tingkat rentabilitas perusahaan manufaktur.
7.	Wairooy 2017	Pengaruh Biaya Penyusutan Aset Tetap Terhadap Laba Pada Pt. Bank Sulselbar	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima karena menunjukkan hasil uji hipotesis yang signifikan. Ini berarti bahwa biaya penyusutan aset berpengaruh signifikan terhadap laba dan metode garis lurus yang paling dominan berpengaruh terhadap laba.
8.	Sihombing 2016	Analisis Penerapan Metode Penyusutan Aktiva Tetap Dan Implikasinya Terhadap Laba Perusahaan Pada Pt. Manado Persada Madani	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan metode penyusutan garis lurus, karena tingkat laba operasi yang dipengaruhi oleh metode garis lurus lebih tinggi dibandingkan metode alternatif

			lainnya. Metode penyusutan yang digunakan sudah sesuai dengan tujuan perusahaan dan sebaiknya manajemen perusahaan tetap mempertahankan metode yang digunakan selama ini agar laba yang diperoleh perusahaan tetap meningkat.
9.	Ansar 2017	Pengaruh Struktur Modal Terhadap Laba Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh tidak signifikan terhadap laba. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan struktur modal PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. selama 8 tahun terakhir (2009-2016) tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap pencapaian laba.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi laba perusahaan yang berfokus pada perusahaan manufaktur sector makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia, dimana biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja merupakan variabel yang akan di uji pengaruhnya terhadap laba perusahaan.

2.3. Kerangka Pemikiran

Keterkaitan antara masing – masing variabel di atas dapat di uraikan sebagai berikut :

2.3.1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap laba perusahaan

Dalam Menejemen keuangan dan manajemen pemasaran biaya promosi memang sangat penting bagi perusahaan, selain memperluas pangsa pasar, biaya promosi juga di gunakan senagai alat ukur kualitas dalam suatu produk. Biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja jika dilihat dengan seksama merupakan semua komponen penting dalam melakukan aktivitas perusahaan. (widhastuti ,dkk, 20118)

2.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Laba Perusahaan

Pada dasarnya tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan, para pemilik perusahaan dan pemegang saham. Biaya promosi memiliki peranan penting dalam mengprasionalkan suatu kegiatan perusahaan (Pratama, 2016).

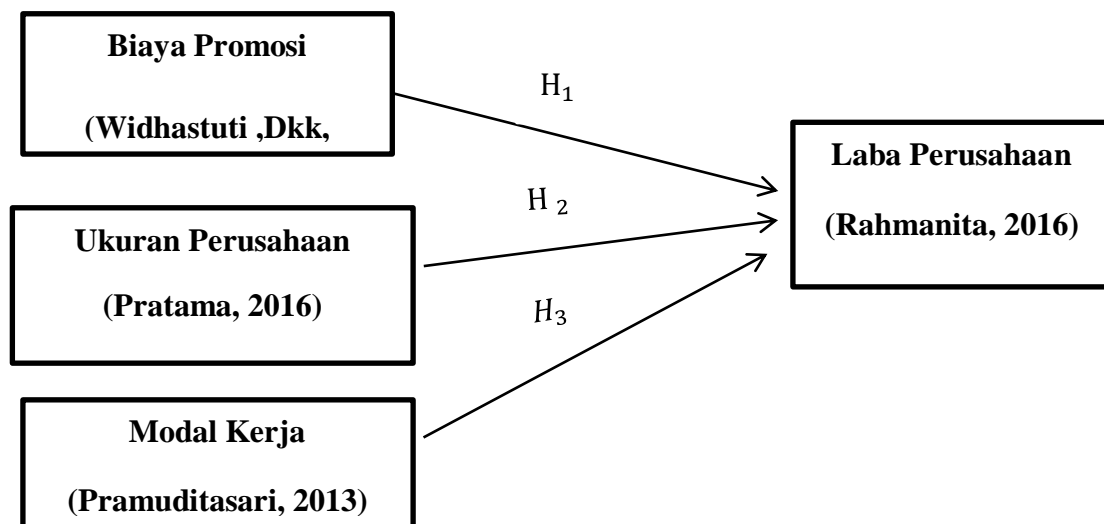
2.3.3. Pengaruh Modal Kerja Terhadap Laba Perusahaan

Modal Kerja merupakan bagian dari struktur keuangan, modal kerja merupakan modal yang di gunakan untuk membiayai semua oprasional perusahaan. Tanpa modal kinerja perusahaan tidak akan bisa bekerja dengan baik (Pramuditasari, 2013).

2.3.4. Pengaruh Laba Perusahaan Terhadap Biaya Promosi, Ukuran Perusahaan Dan Modal Kerja (Rahmanita, 2016).

Laba merupakan pendapatan setelah di kurangi beban-beban sehubungan dengan kegiatan usaha dalam satu periode yang di dalamnya sudah termasuk perhitungan biaya-biaya, laba juga merupakan keuntungan yang di miki oleh sebuah perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pengaruh antara variabel dalam penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1**Alur Pikir**

Gambar 1. Alur Pikir

Alur	Sumber
Biaya Promosi → Laba Perusahaan	(Widhiastutu Dan Nugraha , 2018)
Ukuran Perusahaan → Laba Perusahaan	(pratama, 2016)
Modal Kerja → Laba Perusahaan	(Pramuditasari, 2013)

2.4. Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah di uraikan di atas metode penelitian layak untuk menjelaskan pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan, dan modal kerja terhadap laba perusahaan, Oleh karna itu hipotesis yang di ajukan pada penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.
2. Terdapat pengaruh ukuran perusahaan laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.
3. Terdapat pengaruh modal kerja terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

BAB 3

METODOLOGO PENELITIAN

3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian di adakan pada perusahaan-perusahaan manufaktur barang konsumsi yang telah terdaftar di bursa efek data yang di gunakan dalam penelitian ini berupa data skunder yaitu laporan keuangan tahun 2016 s.d 2018. Sumber data yang di gunakan langsung berasal dari lama resmi BEI (www.idx.co.id.) dan situs resmi perusahaan-perusahaan yang menjadi objek penelitian dengan rincian sebagai berikut :

Table 3.1

Jangka waktu penelitian

Kegiatan	Juni 2019				Juli 2019				Agustus 2019			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Penelitian Pendahuluan												
Penyusunan Proposal												
Pengumpulan Data												
Analisis Data												
Penyusunan laporan												

Tabel 2. Waktu Penelitian

3.2. Desain Penelitian

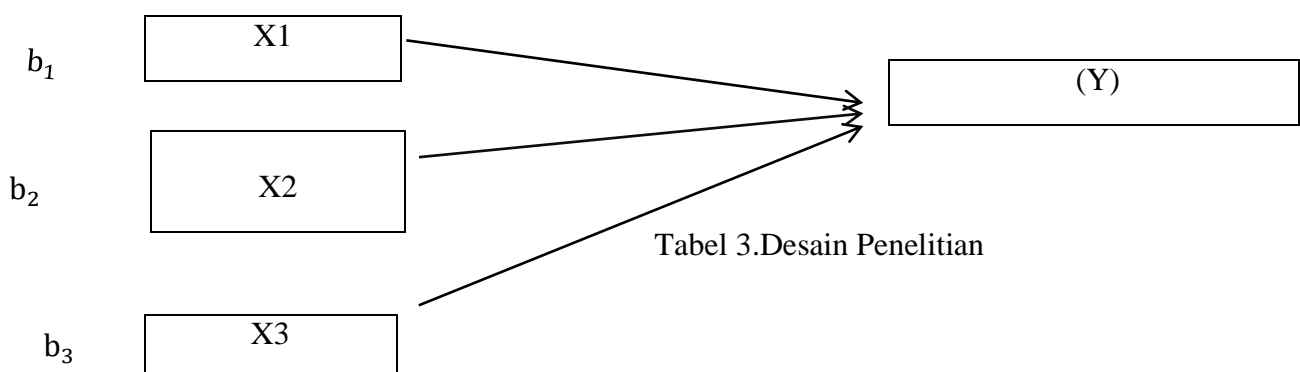
Penelitian secara sederhana bertujuan untuk mencari jawaban permasalahan atau proses penemuan. Baik itu penemuan yang sudah ada maupun penemuan yang belum ada sebelumnya. Peneliti menurut Kerlinger dalam Hermawan (Heru dan Anna, 2010 : 9) penelitian ilmiah merupakan investigasi sistematis, terkendali, bersifat empiris, serta kritis mengenai fenomena alami (*natural phenomenon*) yang dibimbing teori yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar tiga variabel atau lebih. Penelitian ini adalah menguji pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap laba perusahaan.

Terdapat 4 variabel penelitian yaitu 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen yang pertama yaitu biaya promosi dengan simbol X1, Variabel kedua yaitu ukuran perusahaan dengan simbol X2, dan Variabel ketiga yaitu modal kerja dengan simbol X3. Satu Variabel dependen yaitu laba perusahaan dengan simbol Y.

Table 3.2

Desain Penelitian

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$



Keterangan :

Y = Laba Perusahaan

X1 = Biaya Promosi

X2 = Ukuran Perusahaan

X3 = Modal Kerja

b1 = Koefisien Biaya promosi

b2 = Koefisien Ukuran Perusahaan

b3 = Koefisien Modal Kerja

e = Standar Error

3.2 Operasional Variabel

Variabel-Variabel yang ada dalam penelitian ini adalah pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan, dan modal kerja terhadap laba perusahaan. Untuk memperjelas variabel yang akan di uji, maka di bawah di ringkas seperti tampak dalam table 3.2.

Table 3.3

Operasional Variabel

No	Sumber	Variabel	Definisi	Indicator	Skala
1.	Rahmanita (2016)	Laba perusahaan	Laba di maknai sebagai imbalan atas pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa).	Laba bersih = pendapatan-beban	Rasio
2	Widhiastuti Dan Nugraha (2018)	Biaya Promosi	Biaya promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk promosi	$\text{Biaya Promosi} = \frac{\text{Biaya Promosi}}{\text{Biaya Operasional}}$	Rasio

3	pratama, (2016)	Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang di pertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan tolal dari asset yang di miliki dari suatu perusahaan. Perusahaan sendiri di kategorikan menjadi dua jenis	Size = log of total asset	Rasio
4	Pramuditasari (2013)	Modal Kerja	Modal kerja adalah modal yang di gunakan untuk membiayai oprasional perusahaan sehari-hari, terutama yang memiliki jangka waktu pendek. Dengan kata lain modal kerja merupakan investasi yang di tanamkan dalam aktiva lancar lainnya, biasanya modal kerja di gunakan untuk beberapakali kegiatan dalam satu periode.	Modal Kerja = Aktiva Lancar – Hutang Lancar	Rasio

Tabel 4.Oprasional Variabel

3.3 Populasi, Sampel, Dan Metode Sampling

Populasi menurut sugiyono (2016 : 80) adalah wilayah regelalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah biaya promosi, ukuran perusahaan, modal kerja dan laba perusahaan, di perusahaan manufaktur sector makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia

3.3.1 Sampel Dan Metode Sampling

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen perusahaan-perusahaan manufaktur sector barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode tahun 2017 – 2018 dengan jumlah 8 perusahaan. dengan publikasi situs www.idx.co.id sampel yang di gunakan adalah purposive sampling yaitu memilih sampling dengan kriteria tertentu, sehingga sesuai dengan penelitian yang di susun. Penelitian yang di gunakan adalah sebagai berikut (widhiastuti, 2018) :

1. Perusahaan yang sudah terdaftar di **Bursa Efek Indonesia** selama periode 2017-2018.
2. Perusahaan yang yang terdaftar dalam sector industry makanan dan minuman di Bursa Efek indonesia.
3. Perusahaan yang bisa memberikan data laporan keuangan selama periode 2017-2018.
4. Dan mempunyai data-data yang lengkap dan dapat di percaya seperti data keuangan yang di butuhkan penulis.

Berdasarkan pemilihan sampel di atas, dari populasi sebanyak 51 sampel perusahaan manufaktur makanan dan minuman di peroleh sampel sebanyak 8 perusahaan . sampel di tunjukan pada table 3.3

Table 3.3

Sampel Penelitian Perusahaan Manufaktur Sector Makanan Dan Minuman

Tabel 5.Sampel Persuhaan

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	INDF	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk
2	MYOR	PT Mayora indah Tbk.
3	SKLT	PT Sekar laut Tbk.
4	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
5	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
6	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk
7	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8	ADES	PT. Akasha Wira International, Tbk

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang di gunakan dalam pelaksanaan penelitian berupa data yang bersumbernya dari :

- a. Data skunder yaitu data yang di ambil dalam bentuk yang telah di olah (data yang sudah jadi). Data yang tersedia seperti data laporan keuangan perusahaan dan lainnya.

3.4.1 Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu berupa data biaya promosi, data ukuran perusahaan, data modal kerja dan, dan data laba perusahaan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian berasal dari literatur, artikel dan berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian (Sugiyono, 2013: 137) (dalam penelitianrahmanita).

Data yang diperlukan dalam penelitian ini berupa laporan data biaya promosi, ukuran perusahaan, modal kerja dan laba perusahaan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia. sesuai dengan topik masalah yang sedang diteliti. Data tersebut diperoleh melalui berbagai macam sumber seperti www.idx.co.id sebagai sumber data perusahaan. Data yang di kumpulkan dalam pelaksanaan berupa data kualitatif dan data kuantitatif yang sumbernya dari :

- a. Data primer yaitu data yang langsung di ambil dari data perusahaan, yang di gunakan penulis untuk menyusun penelitian
- b. Data skunder yaitu data yang telah di olah (sudah jadi) data yang tersedia seperti, data laporan keuangan perusahaan dan lainnya.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang datanya di ambil langsung dari laporan keuangan sehingga metode pengumpulan data yang di gunakan adalah:

- a. Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang di lakukan dengan cara mencari informasi melalui penelitian terdahulu dan buku-buku yang berhubungan dengan judul penelitian, untuk bisa memberikan landasan teori dan pengarahannya dalam melakukan penelitian.
- b. Metode observasi adalah tehnik pengumpulan data dengan cara mengambil data laporan keuangan yang sudah ada dan perusahaan sudah terdaftar di bursa efek.
- c. Data sekunder yang di butuhkan dalam penelitian ini merupakan data, biaya promosi, ukuran perusahaan, modal kerja, laba bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Tahun 2016-2018. Data-data tersebut di peroleh dari laporan keuangan triwulan yang di keluarkan perusahaan melalui www.idx.co.id.

3.6 Rancangan Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif kuantitatif merupakan analisis data yang dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan variabel yang diteliti yang berupa angka-angka sebagai dasar untuk berbagai pengambilan keputusan. Yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data yang dilihat dari nilai rata-rata

(*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, *range*, *kurtois* dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2016).

3.6.2 Analisis Regresi Linier Ganda

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh modal kerja, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan analisis data kuantitatif yang sering di gunakan adalah uji persyaratan untuk regresi berganda sering juga di sebut dengan istilah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik di gunakan untuk membuktika bahwa model persamaan regresi linier ganda dapat di terima, tidak bias dan konsisten atau sering juga di sebut dengan *BLUE* (*Best Linier Unbiased Estimator*). Uji regresi ganda yang di gunakan dalam penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel Independen, dan Variabel Dependen, atau keduanya memiliki distri busi yang normal atau tidak. Santoso (2002) dasar pengambilan keputusan, adalah bila data berada di sekitar garis diagonal

dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi mengikuti asumsi normalitas., sedangkan bila data berada jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya maka model regresi tidak mengikuti asumsi normalitas.

Uji normalitas data menggunakan statistic SPSS versi 17 dengan dasar pengambilan keputusan di lakukan probabilitas (Stainlaus dan Santoso, 2012:393) dalam penelitian Saputri(2019) yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dan model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dan regresi di anggap tidak normal.

2. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi antara variabel independen. Santoso (2002) untuk mengetahui adanya masalah multikolinieritas ini di lakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Iflation factor*). Bila mana model regresi yang bebas multikonieritas adalah mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1 dan mempunyai angka TOL mendekati angka 1.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji Asumsi Klasik yang ke tiga yaitu auto korelasi, Model regresi yang baik adalah terhindar dari masalah autokorelasi. Autokorelasi di gunakan untuk menguji apakah linier ada korelasi antara kesalahan

pengganggu pada periode t dengan kesalan pada periode $t-1$. Apabila terjadi korelasi, maka bias di katakana ada masalah auto korelasi. Deteksi adanya auto korelasi dengan menggunakan: yang pertama yaitu menggunakan Durbin-Watson, di mana angka D-W di bawah -2 berarti ada auto korelasi positif, kedua angka D-W di antara -2 sampai $+2$ tidak ada autokorelasi, dan yang ketiga adalah apabila angka D-W di atas $+2$ berarti ada auto korelasi negatif (Santoso 2002:219)

4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji asumsi klasik yang ke empat yaitu Heteristisitas, salah satu cara menghindari dari maslah yaitu tidak terjadi hidteroskedstisitas. Untuk mengetahui adanya heteroskedasitas yaitu dengan melohat grafik antara nilai variabel terkait (ZPRED) dengan residunya (SRESID), adanya heteroskedasitasi di lihat dari adanya pola tertentu dari grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di perkirakan, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya) yang telah di-studentizet(Ghosali,2001) dalam kutipan penelitian Desanti(2008).

3.7.4 Pengujian Hipotesis

a. Uji F (simultan)

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji kelayakan model yaitu menganalisis kemampuan model persamaan regresi linier ganda dalam menjelaskan pengaruh biaya promosi, ukuran

perusahaan dan modal kerja terhadap laba perusahaan. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$: model tidak baik/tidak layak

$H_a : \beta \neq 0$: model baik/layak

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis keempat penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig F} < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model hasil penelitian layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap laba perusahaan
- Jika $\text{Sig F} > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya model hasil penelitian tidak layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap laba perusahaan.

b. Uji t (parsial)

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan uji-t. Pengujian hipotesis dalam penelitian sebanyak tiga kali sesuai dengan hipotesis penelitian.

1. Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{10} : \beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_{1a} : b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_{10} ditolak dan H_{1a} diterima, artinya terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan .
- Jika $\text{Sig } t > \alpha$, maka H_{10} diterima dan H_{1a} ditolak, artinya tidak terdapat biaya promosi, terhadap laba perusahaan.

2. Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap laba perusahaan. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{20} : b_2 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_{2a} : b_2 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_{20} ditolak dan H_{2a} diterima, artinya terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap laba perusahaan.
- Jika $\text{Sig } t > \alpha$, maka H_{20} diterima dan H_{2a} ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap laba perusahaan.

3. Uji Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh modal kerja terhadap laba perusahaan. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{30} : b_3 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_{3a} : b_3 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_{30} ditolak dan H_{3a} diterima, artinya terdapat pengaruh modal kerja terhadap laba perusahaan.
- Jika $\text{Sig } t > \alpha$, maka H_{30} diterima dan H_{3a} ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh modal kerja terhadap laba perusahaan.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Obyek Penelitian

Obyek yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan-perusahaan yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berdistribusi pada barang konsumsi makanan dan minuman pada periode 2017-2018 dengan jenis pengambilan data yang di gunakan yaitu data per 3 bulan. BEI mencatat 5 sektor perusahaan yang termasuk dalam barang konsumsi, dan sub. Sector yang termasuk dalam sector makanan dan minuman berjumlah 51 perusahaan. Namun tidak semua perusahaan menyediakan data perusahaannya di BEI salah satunya adalah PT. Davomas Abadi Tbk. (DAVO) Pada 21-jan-2015 perusahaan DAVO di delisting karena tidak memiliki kelangsungan usaha, dan PT. Aqua Mississippi (AQUA) pada tanggal 01-Apr-2014 perusahaan AQUA di listing karena go private.

Dalam penelitian ini periode tahun perusahaan yang di ambil oleh peneliti adalah 2 tahun. Jadi perusahaan sub. Sector makanan dan minuman yang masih listing di tahun 2017-2018 peneliti mengambil sebanyak 8 perusahaan yang sudah Tbk dengan total 64 data yang di gunakan sebagai sampel.

Tabel 4.1**Daftar Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia**

No.	Kode	Nama perusahaan
1	INDF	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk
2	MYOR	PT Mayora indah Tbk.
3	SKLT	PT Sekar laut Tbk.
4	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
5	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
6	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk
7	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8	ADES	PT. Akasha Wira International, Tbk

Tabel 6. Daftar Perusahaan BEI

4.1.2. Deskriptif Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang peneliti ambil dari www.idx.co.id maka di peroleh laba perusahaan, biaya promosi, ukuran perusahaan, dan modal kerja, maka di peroleh data sebagai berikut :

Tabel 4.2
Daftar Laba Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI Periode
2017-2018
(Dalam Rupiah)

NO	Kode	Perusahaan	2017				2018			
			I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	INDF	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk	5,370,541	10,207,613	15,300,094	19,868,522	5,261,360	10,169,675	15,469,868	20,212,005
2	MYOR	PT Mayora indah Tbk.	1,188,536,248,850	2,110,132,599,874	3,234,630,038,436	4,975,054,755,396	1,386,349,665,329	2,780,778,535,893	4,498,145,765,479	6,396,653,530,647
3	SKLT	PT Sekar laut Tbk.	51,432,416,011	111,859,942,939	173,428,278,927	237,003,886,568	57,532,942,162	129,268,680,167	191,654,453,634	267,314,915,155
4	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	298,961,051,952	602,997,927,316	943,968,058,544	1,307,930,827,052	355,952,904,829	675,235,670,450	1,051,407,617,954	1,492,213,107,219
5	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	160,768,712	265,749,063	399,948,912	574,271,361	164,649,783	280,119,089	454,550,183	651,285,239
6	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk	160,768,712	265,749,063	399,948,912	574,271,361	164,649,783	280,119,089	454,550,183	651,285,239
7	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	2,982,256	5,805,777	8,631,910	11,058,836	3,204,918	6,289,284	9,591,372	12,265,550
8	ADES	PT. Akasha Wira International, Tbk	110,602	222,974	332,667	438,944	100,042	200,427	300,193	389,090

Tabel 7. Daftar Laba Perusahaan

Dari data di atas total seluruh laba perusahaan pada periode 2017-2018 mengalami perubahan tidak menentu, kadang mengalami peningkatan kadang juga mengalami penurunan.

Tabel 4.3

Daftar Biaya Promosi Makanan Dan Minuman Di BEI Periode 2017-2018

(Dalam Rupiah)

NO	kode	perusahaan	2017				2018			
			I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	INDF	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk	1,530,509	2,185,801	2,618,105	2,237,637	1,095,765	1,830,803	1,499,010	2,391,266
2	MYOR	PT Mayora indah Tbk.	580,516,319,885	854,601,710,206	1,241,097,655,525	1,617,959,181,561	582,518,759,379	1,557,264,207,591	2,614,618,685,452	2,769,361,318,112
3	SKLT	PT Sekar laut Tbk.	4,180,053,581	7,519,901,424	11,054,863,968	34,777,670,933	7,334,957,980	17,599,749,902	16,215,710,997	44,083,590,625
4	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	45,342,807,551	84,934,452,638	127,681,514,129	168,071,667,587	54,803,888,772	96,814,717,147	156,760,173,630	231,549,018,130
5	DLTA	PT. Delta Jakarta Tbk	34,092,540	47,978,394	53,049,893	71,186,360	41,257,753	51,986,981	64,900,203	84,000,652
6	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk	1,196,222,030	2,176,856,356	3,105,989,303	7,739,104,652	963,632,304	2,362,289,745	4,385,567,460	9,889,026,984
7	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	1,478,728	2,205,621	2,537,866	2,246,617	1,260,433	1,786,497	2,138,685	2,427,793
8	ADES	PT. Akasha Wira International, Tbk	78,920	127,130	147,922	171,797	71,884	111,610	143,933	149,410

Tabel 8. Biaya Promosi

Dari tabel di atas bisa di lihat bahwa nilai biaya promosi mengalami penurunan setiap triwulannya.

Tabel 4.4

Daftar Ukuran Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI Periode 2017-2018

(Dalam Rupiah)

NO	kode	Perusahaan	2017				2018			
			I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	84,697,492	89,777,796	88,243,995	87,939,488	92,957,732	93,619,499	95,989,207	96,537,796
2	MYOR	PT Mayora indah Tbk.	13,684,580,130,174	14,112,148,471,511	13,865,740,090,094	14,915,849,800,251	15,697,423,752,568	16,516,696,942,455	18,018,020,207,799	17,591,706,426,634
3	SKLT	PT Sekar laut Tbk.	577,070,457,938	610,885,954,500	607,011,324,707	636,284,210,210	639,786,010,490	685,574,803,121	721,369,232,790	747,293,725,435
4	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	2,924,313,066,362	2,902,718,593,549	2,969,132,182,637	4,559,573,709,411	4,617,776,112,169	4,181,156,533,633	4,298,882,880,472	4,393,810,380,883
5	DLTA	PT. Delta Jakarta Tbk	1,290,208,200	1,160,731,930	1,250,173,130	1,340,842,765	1,437,964,758	1,277,076,643	1,400,090,079	1,523,517,170
6	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk	403,549,827,836	417,148,425,719	455,944,821,739	476,577,841,605	486,608,276,820	472,668,871,895	496,356,620,887	491,382,035,136
7	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	30,408,575	32,391,520	31,113,001	31,619,514	35,403,329	34,754,657	33,820,264	34,367,153
8	ADES	PT. Akasha Wira International, Tbk	784,361	836,912	799,710	840,236	851,051	862,764	876,218	881,275

Tabel 9. Ukuran Perusahaan

Dari hasil tabel di atas nilai ukuran perusahaan periode 2017-2018 terus mengalami kenaikan.

Tabel 4.5

Daftar Modal Kerja Makanan Dan Minuman Di BEI Periode 2017-2018

(Dalam Rupiah)

No.	Kode	Perusahaan	2017				2018			
			I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	INDF	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk	10,845,210	11,032,905	10,223,420	10,877,636	11,382,179	6,459,525	4,117,476	2,068,516
2	MYOR	PT Mayora indah Tbk.	5,611,515,627,747	5,149,868,620,458	5,380,884,957,500	6,200,571,248,355	6,596,183,474,081	7,087,149,214,565	8,643,871,736,941	7,883,348,340,759
3	SKLT	PT Sekar laut Tbk.	49,293,480,955	60,696,831,112	60,601,296,159	55,636,319,150	59,448,164,923	66,363,412,601	66,830,313,898	65,386,564,495
4	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	606,698,137,451	37,021,223,132	16,071,415,953	1,292,760,907,779	1,286,832,818,376	1,229,790,558,049	1,207,440,016,440	1,350,987,149,189
5	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	988,841,411	894,004,649	965,242,268	1,066,891,281	1,153,943,102	1,001,321,307	1,085,866,497	1,191,928,101
6	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk	128,507,313,307	125,521,448,715	154,217,726,172	144,570,087,457	146,172,074,203	127,932,899,571	143,280,437,620	138,501,931,839
7	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	10,151,421	8,469,946	8,682,287	9,751,743	10,673,792	7,791,591	7,546,023	6,886,170
8	ADES	PT. Akasha Wira International, Tbk	337,883	112,969	97,881	49,356	100,130	96,339	96,046	101,741

Tabel 10. Modal Kerja

Dari tabel modal kerja di atas dapat di lihat bahwa modal kerja perusahaan periode 2017-2018 tidak menentu, kadang mengalami penurunan dan kadang mengalami kenaikan juga.

4.1.3. Analisis

4.1.3.1. Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

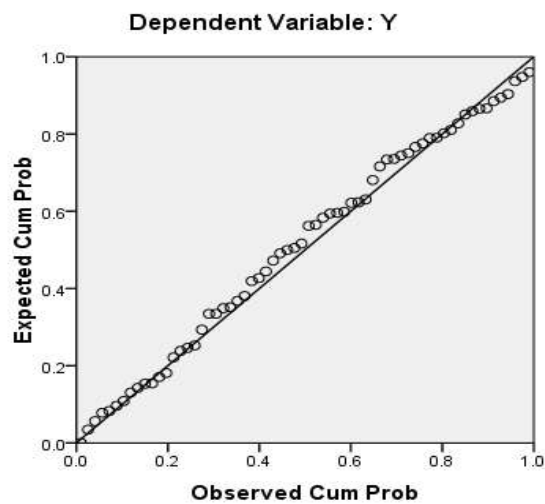
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel Independen, dan Variabel Dependen, atau keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Santoso (2002)

salah satunya yaitu dengan menggunakan analisis grafik Normal P-P Plot. hasil pengujian tersebut dapat di buktikan dengan tabel 4.6 di bawah ini :

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

Dari hasil uji normalitas di atas, terlihat bahwa titik hasil perhitungan pada grafik Normal P-P Plot menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan untuk analisis regresi ganda berasal dari data yang berdistribusi normal sehingga analisis regresi linier ganda dapat dilanjutkan.

Tabel 4.6

Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		64
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	.68312121
Most Extreme	Absolute	.116
Differences	Positive	.116
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.930
Asymp. Sig. (2-tailed)		.353

a. Test distribution is Normal.

Hasil perhitungan di atas menghasilkan nilai Kolmogorov-smirnovZ=0,930 dengan probabilitas Sig. (2-tailed) = 0,353. Karena probabilitas lebih besar daripada taraf uji penelitian (sig.> a) yaitu $0.353 > 0,05$) maka dapat di simpulkan bahwa data variabel yang di uji berdistribusi normal sehingga memenuhi persyaratan analisis

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini di lakukan bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi antara variabel independen. Santoso (2002) untuk mengetahui adanya masalah multikolinieritas ini di lakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation factor*). Bila mana model regresi yang besas multikonieritas adalah

mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1 dan mempunyai angka TOL mendekati angka 1. Hasil pengujian tersebut dapat di lihat dari tabel 4.7. di bawah ini :

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolineritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.848	1.179
	X2	.393	2.543
	X3	.358	2.794

a. Dependent Variable: Y

Tabel 12. Uji Multi Kolineritas

Dari tabel di atas memiliki nilai tolerance masing-masing variabel independen memiliki tolerance $X1 = 0,848$ dan $VIF 1,179$, $X2 = 0,393$ dan $VIF 2,543$, dan $X3 = 0,358$ dan $VIP 2,794$ karena nilai tolerance mamiliki nilai yang lebih besar dari persyaratan minimal ($0,848 > 0,2$), ($0,393 > 0,2$) dan ($0,358 > 0,2$) dan nilai VIP lebih rendah persyaratan maksimal ($1.179 < 10$), ($2,543 < 10$) dan ($2,794 < 10$) maka dapat di simpulkan bahwa analisis regresi linier ganda tidak memiliki masalah multikolineritas.

3. Hasil Uji asumsi autokorelasi

Uji Asumsi Klasik yang ke tiga yaitu auto korelasi, Model regresi yang baik adalah terhindar dari masalah autokorelasi. Autokorelasi di gunakan untuk menguji apakah linier ada korelasi antara antara kesalahan pengganggu pada

periode t dengan kesalan pada periode $t-1$. Apabila terjadi korelasi, maka bias di katakana ada masalah auto korelasi. Deteksi adanya auto korelasi dengan menggunakan: yang pertama yaitu menggunakan Durbin-Watson, di mana angka D-W di bawah -2 berarti ada auto korelasi positif, kedua angka D-W di antara -2 sampai $+2$ tidak ada autokorelasi, dan yang ketiga adalah apabila angka D-W di atas $+2$ berarti ada auto korelasi negatif (Santoso 2002:219). Hasil uji tersebut dapat di lihat dari tabel 4.8 di bawah ini

Tabel 4.8

Hasil Uji Asumsi Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.843 ^a

a. Predictors: (Constant),
X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Tabel 13. Uji Asumsi Auto Korelasi

Nilai Durbin-Waston hasil dari hasil perhitungan yaitu sebesar $DW = 1.843$ berdasarkan kategori yang sudah ada , nilai DW di atas masuk dalam range < 1.65 $DW(1.843) < 2.35$ yang mana dapat di simpulkan bahwa tidk terjadi autokorelasi. Hal ini dapat di simpulkan bahwa hasil analisis linier ganda yang di lakukan tidak memiliki masalah. Maka analisis regresi linier ganda dapat di lanjutkan. Dalam tabel 4.8 di bawah ini :

Tabel 4.8

Uji asumsi autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.03075
Cases < Test Value	32
Cases >= Test Value	32
Total Cases	64
Number of Runs	28
Z	-1.260
Asymp. Sig. (2-tailed)	.208

a. Median

Dari tabel RUN Test di peroleh nilai Z sebesar -1,260 dan probabilitas sebesar Asymp.sig. (2 tailed) sebesar = 0,208. Karena Z hitung memiliki nilai lebih besar dari niali uji penelitian (0,208 > 0,05) maka pada analisis regresi linier ganda X1, X2, dan X3 tidak memiliki masalah autokorelasi terhadap Y.

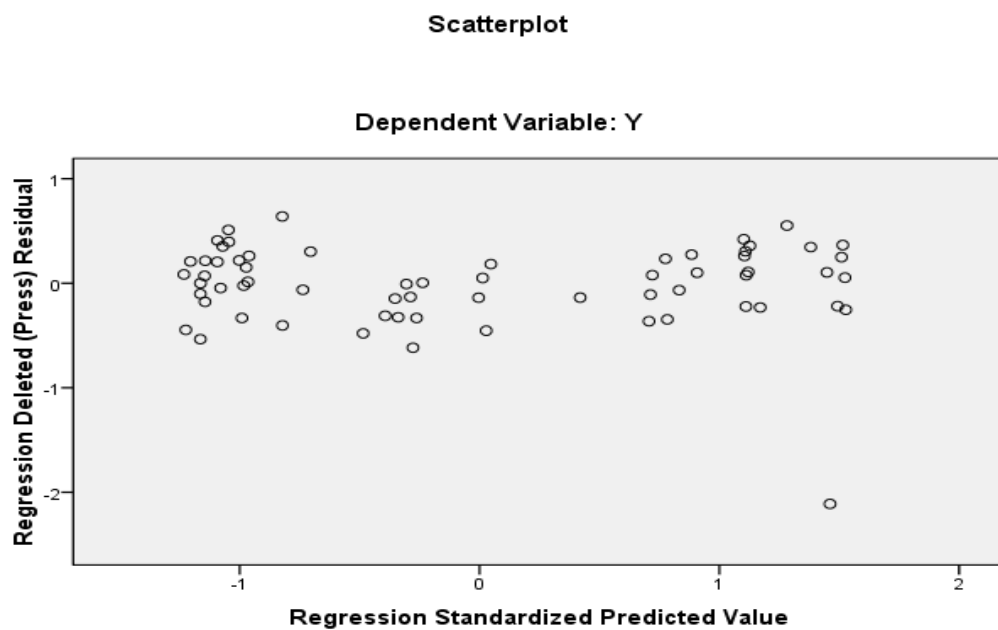
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi klasik yang ke empat yaitu Heteroskedastisitas, yang merupakan salah satu cara menghindari dari maslah yaitu tidak terjadi hidteroskedstisitas. Untuk mengetahui adanya heteroskedasitas yaitu dengan melohat grafik antara nilai variabel terkait (ZPRED) dengan residunya (SRESID), adanya heteroskedasitasi di lihat dari adanya pola tertentu dari grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di perkirakan, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang

telah di-studentized(Ghosali,2001) dalam kutipan penelitian Desanti(2008). Dapat dilihat seperti dalam tabel di bawah ini.

Gambar 4.9

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplot pada gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik hasil perhitungan menyebar di atas dan di bawah dan menumpuk angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat di buktikan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi

4.1.3.2. Hasil Uji Linier Ganda

Tabel 4.10

Hasil Uji Linier Ganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T Hitung	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.737	.351		2.100	.040
	X1	.030	.043	.042	.706	.483
	X2	.543	.074	.640	7.349	.000
	X3	.243	.074	.299	3.276	.002

a. Dependent Variable: Y

Tabel 14. Hasil Uji Linier Ganda

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier ganda dalam tabel di atas dapat di bentuk model persamaan regresi dan signifikansinya, sebagai berikut :

$$Y = 0,737 + 0,03 X_1 + 0,543 X_2 + 0,243 X_3$$

$$(0,040) (0,483) (0,000) (0,002)$$

Nilai persamaan regresi linier ganda di atas dapat di jelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta $a = 0,737$ dapat di artikan bahwa biaya promosi, ukuran perusahaan dan Modal kerja bernilai di atas tariff pengujian statistic, maka laba perusahaan akan bernilai 0,737.

- Berdasarkan persamaan regresi, bahwa jumlah biaya promosi sebesar 0,03 maka kenaikan laba perusahaan akan meningkat sebesar 0,03.
- Berdasarkan persamaan regresi, bahwa jumlah ukuran perusahaan sebesar 0,543 maka laba perusahaan juga akan meningkat sebesar 0.543
- Berdasarkan persamaan regresi, bahwa bila jumlah modal kerja sebesar 0,243 maka jumlah laba perusahaanpun akan meningkat sebanyak 0,244

4.1.4. Pengujian

4.1.4.1. Hasil Uji-t

1. Pengaruh parsial Biaya Promosi (X1) terhadap Laba Perusahaan (Y) di tunjukan oleh koefisien regresi sebesar $b_1 = 0,03$ hipotesis yang di ajukan adalah sebagai berikut :

- $H_0 : b_1 = 0$: tidak ada pengaruh
- $H_a : b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Koefisien regresi Biaya Promosi (X1) Sebesar 0,03 memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar $t = 0,483$ Karena $b_1 \neq 0$ dan probabilitas t hitung lebih besar daripada taraf uji penelitian ($0,483 > 0.05$) maka H_0 di terima dan H_a di tolak, yang berarti pengaruh Biaya Promosi (X1) terhadap Laba Perusahaan (Y) tidak signifikan. Hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial Biaya Promosi (X1) terhadap Laba Perusahaan (Y).

2. Pengaruh parsial Ukuran Perusahaan (X2) terhadap Laba Perusahaan (Y) di tunjukan oleh koefisien regresi sebesar $b_1 = 0,543$ hipotesis yang di ajukan adalah sebagai berikut :

- $H_0 : b_1 = 0$: tidak ada pengaruh
- $H_a : b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Koefisien regresi Ukuran Perusahaan (X2) Sebesar 0,543 memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar $\text{sig } t = 0,000$ Karena $b_1 \neq 0$ dan probabilitas t hitung lebih kecil daripada tarif uji penelitian ($0,000 < 0.05$) maka H_0 di tolak dan H_a di terima yang berarti pengaruh Ukuran Perusahaan (X2) terhadap Laba Perusahaan (Y) signifikan. Hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial Ukuran Perusahaan (X2) terhadap Laba Perusahaan (Y).

3. Pengaruh parsial Modal Kerja (X3) terhadap Laba Perusahaan (Y) di tunjukan oleh koefisien regresi sebesar $b_1 = 0,243$ hipotesis yang di ajukan adalah sebagai berikut :

- $H_0 : b_1 = 0$: tidak ada pengaruh
- $H_a : b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Koefisien regresi Modal Kerja (X2) Sebesar 0,243 memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar $\text{sig } t = 0,002$ Karena $b_1 \neq 0$ dan probabilitas t hitung lebih kecil daripada tarif uji penelitian ($0,002 < 0.05$) maka H_0 di tolak dan H_a di terima yang berarti pengaruh Modal Kerja (X3) terhadap

Laba Perusahaan (Y) signifikan. Hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial Modal Kerja (X3) terhadap Laba Perusahaan (Y).

4.1.4.2. Hasil Uji-F

Pengujian hipotesis dilakukan dengan Uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis keempat penelitian adalah sebagai berikut:

- o Jika $\text{Sig F} < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model hasil penelitian layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap laba perusahaan
- o Jika $\text{Sig F} > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya model hasil penelitian tidak layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap laba. Hasil pengujian dapat dilihat dari tabel 4.11 di bawah ini :

Tabel 4.11

Hasil Uji-F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.775	3	8.925	91.752	.000 ^a
	Residual	5.836	60	.097		
	Total	32.612	63			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Tabel 15. Hasil Uji-F

Koefisien determinasi ganda $R^2 = 0,821$ memiliki nilai probabilitas F hitung sebesar $F_{sig} = 0,000$. Karena $p \neq 0$ dan probabilitas f hitung lebih kecil dari taraf uji penelitian ($Sig F < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$), maka H_0 di tolak dan H_a di terima yang berarti pengaruh simultan X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y signifikan. Signifikansi membuktikan bahwa adanya pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 secara bersama-sama terhadap Y .

4.1.4.3. Koefisien determinasi R^2

Gambar 4.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906 ^a	.821	.812	.31189

a. Predictors: (Constant), X_3 , X_1 , X_2

b. Dependent Variable: Y

Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Dari tabel di atas tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi $R = 0,906$ dan nilai koefisien determinasi ganda $R^2 = 0,821$. Koefisien korelasi menyatakan hubungan simultan variabel independen Biaya Promosi (X_1), Ukuran Perusahaan (X_2), dan modal kerja (X_3) dalam menerangkan variabel dependen Laba Perusahaan (Y).

4.2. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan

Dari hasil analisis yang dilakukan dengan Niali Uji signifikan sebesar 0,05 dari hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel biaya promosi (X1) memiliki dampak yang positif terhadap Laba Perusahaan (Y). dalam pengujian Uji-t di peroleh nilai t hitung sebesar 0,706 dengan nilai sig. 0,483 dan nilai t tabel sebesar 2,386. Jadi $t \text{ hitung } 0,706 < t \text{ tabel } 2,386$ dengan nilai sig $0,483 > 0,05$. hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi mengalami perubahan hal tersebut tidak berpengaruh pada laba perusahaan. Menurut Saladin (2003: 179), dalam penelitian Rahmanita(20170) Promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan promosi yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen dan membantu pekerjaan penjualan dalam pemasaran”. Untuk melaksanakan kegiatan ini pastinya membutuhkan biaya yang di dikeluarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu promosi adalah biaya yang di gunakan untuk membiayai kegiatan penjualan.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Laba Perusahaan

Dari hasil analisis yang dilakukan dengat taraf niali uji signifikan sebesar 0,05 dari hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan (X2) memiliki dampak yang positif terhadap Laba Perusahaan (Y). dalam pengujian Uji-t di peroleh nilai t hitung sebesar 7,349 dengan nilai sig. 0,000 dan nilai t tabel sebesar 2,386. Jadi $t \text{ hitung } 7,349 > t \text{ tabel } 2,386$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. hal ini menunjukkan bahwa ketika ukuran perusahaan berubah (naik/turun) maka Laba perusahaan juga mengalami perubahan. ukuran perusahaan

merupakan salah satu variabel yang di pertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari asset yang di miliki dari suatu perusahaan. Perusahaan sendiri di kategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan bersekala kecil dan perusahaan bersekala besar. Semakin besar ukuran perusahaan, berate asset yang di miliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang di butuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan oprasional pun semakin banyak. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan di gunakan oleh perusahaan, pratama 2016 (dalam penelitiannya).

3. Pengaruh modal kerja terhadap laba perusahaan

Dari hasil analisis yang dilakukan dengan taraf nilai uji signifikan sebesar 0,05 dari hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Modal Kerja (X3) memiliki dampak yang positif terhadap Laba Perusahaan (Y). dalam pengujian Uji-t di peroleh nilai t hitung sebesar 3.276 dengan nilai sig. 0,002 dan nilai t tabel sebesar 2,386. Jadi $t \text{ hitung } 3,276 > t \text{ tabel } 2,386$ dengan nilai sig $0,002 < 0,05$. hal ini menunjukkan bahwa ketika Modal Kerja berubah (naik/turun) maka Laba perusahaan juga mengalami perubahan. Karena modal kerja merupakan modal yang di gunakan untuk membiayai oprasional perusahaan sehari-hari, terutama yang memiliki jangka waktu pendek (Kasmir 2010 : 210)

4. Pengaruh Biaya Promosi, Ukuran Perusahaan Dan Modal Kerja Terhadap Laba Perusahaan.

Di hasil pengujian di atas bahwa biaya promosi, ukuran perusahaan, dan modal kerja berpengaruh terhadap laba perusahaan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI) periode 2017-2018 dengan pengambilan data per triwulan (3 bulan) dari 8 perusahaan dengan jumlah 64 sampel. Di mana di peroleh F-hitung 91,752 dengan nilai sig. = 0,000. dari uji determinasi di peroleh R square sebesar 0.821 dan adjustes R sebesar 0,812.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian maka di peroleh hasil sebagai berikut :

$Adjusted R^2 = 0,812$ Sig.F = 0,000,dan $Y = 0,737 + 0,030 (X1)+0,543 (X2) +0,243 (X3)$.

Berdasarkan model regresi di atas dapat dapat di gunakan untuk memprediksi variabel biaya promosi, ukuran perusahaan dan modl kerja terhadap laba perusahaan. Karena nilai $F = 91,752$ dengan nilai sig. = $0,000 < 0,05$. Bahwa Biaya promosi, ukuran perusahaan dan modal kerja berpengaruh positif terhadap laba perusahaan.

1. Biaya promosi memiliki pengaruh positif terhadap Laba perusahaan. Dalam penelitian ini bahwa tinggi rendahnya biaya promosi akan berdampak pada laba perusahaan. Biaya promosi tersebut ditujukan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkan laba yang lebih tinggi. Hal ini di perkuat oleh Alma (2009: 157) yang menyatakan bahwa pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat. Dengan adanya peningkatan

penjualan maka laba yang di peroleh oleh perusahaan juga pasti akan meningkat.

2. Ukuran Perusahaan (X2) memiliki dampak yang positif terhadap Laba Perusahaan (Y). hal ini menunjukkan bahwa ketika ukuran perusahaan berubah (naik/turun) maka Laba perusahaan juga mengalami perubahan. Pratama, 2016 (dalam penelitiannya) ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang di pertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Hal ini di perkuat oleh hasil penelitian yang di lakukan oleh Nugroho, (2011) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profit (Laba)
3. Modal Kerja (X3) memiliki dampak yang positif terhadap Laba Perusahaan (Y). hal ini menunjukkan bahwa ketika Modal Kerja berubah (naik/turun) maka Laba perusahaan juga mengalami perubahan. Karena modal kerja merupakan modal yang di gunakan untuk membiayai oprasional perusahaan sehari-hari, terutama yang memiliki jangka waktu pendek. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Ansar (2017) yang menunjukkan bahwa modal kerja tidak berdampak positif terhadap laba.

5.2. Saran

1. Bagi perusahaan biaya promosi berpengaruh pada peningkatan laba perusahaan namun tidak secara parsial, dalam hal ini perusahaan hasus memperhatikan, walaupun tidak berpengaruh secara parsial namun biaya promosi masih mempengaruhi tingkat laba perusahaan.

2. Ukuran perusahaan sangat membantu laba perusahaan karna subuah perusahaan dapat di nilai dari seberapa besar dan keci ukuran perusahaan tersebut.
3. Modal kerja berpengaruh positif pada laba perusahaan, karna modal kerja di gunakan sebagai biaya oprasional perusahaan.
4. Bagi peneliti selanjutnya di harapkan untuk menggunakan variabel independen lain yang bisa mempengaruhi laba perusahaan dan menambah variabel dan periode penelitian .

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar,M (2019) dalam buku manajemen keuangan yang berjudul dasar-dasar manajemen keuangan perusahaan
- Ardi Murdoko Sudarmadji dan Lana Sularto, 2007. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan", Proceeding PESAT, Volume 2.
- Ashari Dkk, Dalam penelitian Asih(2004).
- Atmaja, (1994 : 133) dalam buku manajemen keuangan 1994 (buku 1)
- Desanti 2008, Analisis Pengelolaan Modal Kerja, Profit Margin, Oprating Assets Turnover, Dan Ukuran Perusahaan Serta Pengeruhnya Terhadap Tingkat Rentabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia.
- Fachrudin. 2011, Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan *Agency Cost* Terhadap Kinerja Perusahaan.
- Farah magareta (2007:2) Pengertian manajemen keuangan (menurut peneltia restyanti).
- Indriani. 2017, Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.
- Hendriksen, (2004:329) dama penelitian rahmanita(2017) yang berjudul Pengaruh Biaya Promosi, Dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih dengan Volume penjualan sebagai variabel *Intervening*.
- Husnan, (3:4) dalam buku manajemen keuangannya yang berjudul manajemen keuangan dan penerapan (keputusan jangka panjang)
- Horne.J dan Wachowicz J.R (2012), prinsip-prinsip manajemen keuangan(*fundamentals of finsncial management*)
- Nugroho 2009, Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan.
- Pratama, Wiksuana. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variable Mediasi (Vol. 5, No. 2, 2016: 1338-1367)

- Rahmanita, 2017, pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan Sebagai variabel *intervening*
- Romadhon. M.R (2012) Analisis kinerja keuangan perusahaan pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
- Saladin, (2003:179) Dalam penelitian rahmanita (2017) yang berjudul pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *Intervening*
- Sihonbing, 2016 Analisis Penerapan Metode Penyusutan Aktiva Tetap Dan Implikasinya Terhadap Laba Perusahaan Pada Pt. Manado Persada
- Widhiastuti dan Nugraha, 2018, Pengaruh modal intelektual, biaya promosi, dan perputaran persediaan dalam mempengaruhi profit serta implikasinya terhadap nilai perusahaan.
- Wairooy, 2017 Pengaruh Biaya Penyusutan Aset Tetap terhadap Laba pada PT. Bank Sulselbar

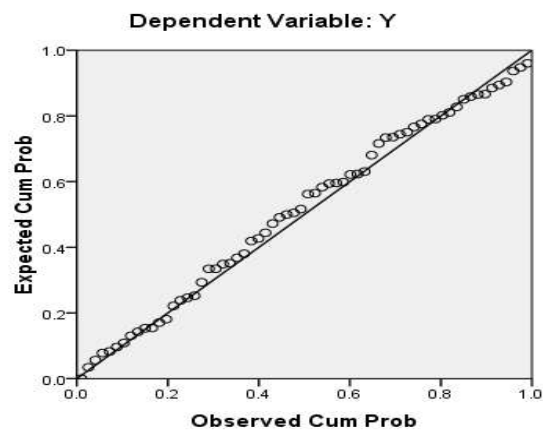
www.idx.co.id

LAMPIRAN

Lampiran Hasil Pengujian SPSS

1. Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Hasil uji normalitas Kolmogorov smirnow

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.68312121
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.930
Asymp. Sig. (2-tailed)		.353

a. Test distribution is Normal.

3. Hasil uji multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.848	1.179
	X2	.393	2.543
	X3	.358	2.794

a. Dependent Variable: Y

4. Hasil Uji Asumsi Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.843 ^a

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

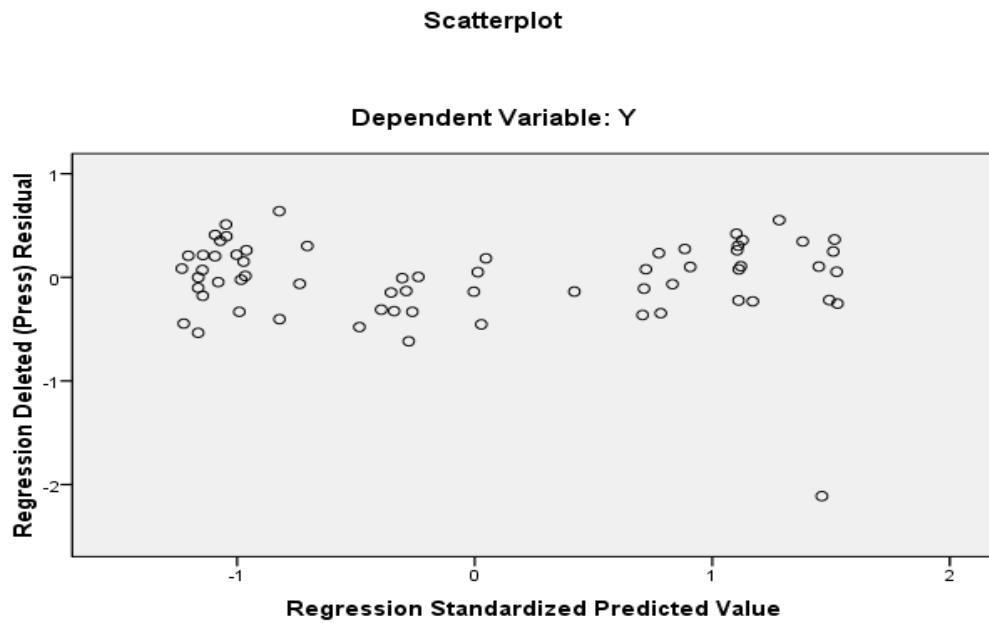
5. Hasil Uji R^2

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.03075
Cases < Test Value	32
Cases >= Test Value	32
Total Cases	64
Number of Runs	28
Z	-1.260
Asymp. Sig. (2-tailed)	.208

a. Median

6. Hasil uji hetero kedisitas



7. Hasil Uji Linier Ganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.737	.351		2.100	.040
	X1	.030	.043	.042	.706	.483
	X2	.543	.074	.640	7.349	.000
	X3	.243	.074	.299	3.276	.002

a. Dependent Variable: Y

8. Hasil Uji-F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.775	3	8.925	91.752	.000 ^a
	Residual	5.836	60	.097		
	Total	32.612	63			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906 ^a	.821	.812	.31189

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN

Perhitungan Modal Kerja

No.	Nama Perusahaan	kode	tahun	periode	Laba Perusahaan
1	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.	INDF	2017	TW 1	5,370,541
				TW 2	10,207,613
				TW 3	15,300,094
				Tahun	19,868,522
				TW 1	5,261,360
				TW 2	10,169,675
				TW 3	15,469,868
				Tahun	20,212,005
2	PT Mayora indah Tbk.	MYOR		TW 1	1,188,536,248,850
				TW 2	2,110,132,599,874
				TW 3	3,234,630,038,436
				Tahun	4,975,054,755,396
				TW 1	1,386,349,665,329
				TW 2	2,780,778,535,893
				TW 3	4,498,145,765,479
				Tahun	6,396,653,530,647

3	PT Sekar laut Tbk.	SKLT	2017	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	51,432,416,011 111,859,942,939 173,428,278,927 237,003,886,568
			2018	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	57,532,942,162 129,268,680,167 191,654,453,634 267,314,915,155
4	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI	2017	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	298,961,051,952 602,997,927,316 943,968,058,544 1,307,930,827,052
			2018	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	355,952,904,829 675,235,670,450 1,051,407,617,954 1,492,213,107,219
5	Delta Djakarta Tbk	DLTA	2017	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	160,768,712 265,749,063 399,948,912 574,271,361
			2018	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	164,649,783 280,119,089 454,550,183 651,285,239

6	PT. Chitose Internasional Tbk	CINT	2017	TW 1	160,768,712				
				TW 2	265,749,063				
				TW 3	399,948,912				
				Tahun	574,271,361				
			2018	TW 1	164,649,783				
				TW 2	280,119,089				
				TW 3	454,550,183				
				Tahun	651,285,239				
				7	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	2017	TW 1	2,982,256
								TW 2	5,805,777
TW 3	8,631,910								
Tahun	11,058,836								
2018	TW 1	3,204,918							
	TW 2	6,289,284							
	TW 3	9,591,372							
	Tahun	12,265,550							
	8	PT. Akasha Wira International, Tbk	ADES				2017	TW 1	110,602
								TW 2	222,974
TW 3				332,667					
Tahun				438,944					
2018				TW 1	100,042				
				TW 2	200,427				
				TW 3	300,193				
				Tahun	389,090				

LAMPIRAN

Perhitungan Biaya Promosi (X1)

No.	Nama Perusahaan	Kode	Tahun	Periode	Biaya Promosi
1	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.	INDF	2017	TW 1	1,530,509
				TW 2	2,185,801
				TW 3	2,618,105
				Tahun	2,237,637
				TW 1	1,095,765
				TW 2	1,830,803
				TW 3	1,499,010
				Tahun	2,391,266
2	PT Mayora indah Tbk.	MYOR		TW 1	580,516,319,885
				TW 2	854,601,710,206
				TW 3	1,241,097,655,525
				Tahun	1,617,959,181,561
				TW 1	582,518,759,379
				TW 2	1,557,264,207,591
				TW 3	2,614,618,685,452
				Tahun	2,769,361,318,112
3	PT Sekar laut Tbk.	SKLT	2017	TW 1	4,180,053,581
				TW 2	7,519,901,424
				TW 3	11,054,863,968

			2018	Tahun	34,777,670,933
				TW 1	7,334,957,980
				TW 2	17,599,749,902
				TW 3	16,215,710,997
				Tahun	44,083,590,625
4	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI	2017	TW 1	45,342,807,551
				TW 2	84,934,452,638
				TW 3	127,681,514,129
				Tahun	168,071,667,587
			2018	TW 1	54,803,888,772
				TW 2	96,814,717,147
				TW 3	156,760,173,630
				Tahun	231,549,018,130
5	Delta Djakarta Tbk	DLTA	2017	TW 1	34,092,540
				TW 2	47,978,394
				TW 3	53,049,893
				Tahun	71,186,360
			2018	TW 1	41,257,753
				TW 2	51,986,981
				TW 3	64,900,203
				Tahun	84,000,652
6	PT. Chitose Internasional Tbk	CINT	2017	TW 1	1,196,222,030
				TW 2	2,176,856,356

			2018	TW 3	3,105,989,303
				Tahun	7,739,104,652
				TW 1	963,632,304
				TW 2	2,362,289,745
				TW 3	4,385,567,460
				Tahun	9,889,026,984
7	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	2017	TW 1	1,478,728
				TW 2	2,205,621
				TW 3	2,537,866
				Tahun	2,246,617
			2018	TW 1	1,260,433
				TW 2	1,786,497
				TW 3	2,138,685
				Tahun	2,427,793
8	PT. Akasha Wira International, Tbk	ADES	2017	TW 1	78,920
				TW 2	127,130
				TW 3	147,922
				Tahun	171,797
			2018	TW 1	71,884
				TW 2	111,610
				TW 3	143,933
				Tahun	149,410

LAMPIRAN

Perhitungan Ukuran Perusahaan (X2)

No.	Nama Perusahaan	kode	tahun	periode	Ukuran Perusahaan
1	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.	INDF	2017	TW 1	84,697,492
				TW 2	89,777,796
				TW 3	88,243,995
				Tahun	87,939,488
			2018	TW 1	92,957,732
				TW 2	93,619,499
				TW 3	95,989,207
				Tahun	96,537,796
2	PT Mayora indah Tbk.	MYOR	2017	TW 1	13,684,580,130,174
				TW 2	14,112,148,471,511
				TW 3	13,865,740,009,094
				Tahun	14,915,849,800,251
			2018	TW 1	15,697,423,752,568
				TW 2	16,516,696,942,455
				TW 3	18,018,020,207,799
				Tahun	17,591,706,426,634
3	PT Sekar laut Tbk.	SKLT	2017	TW 1	577,070,457,938
				TW 2	610,885,954,500
				TW 3	607,011,324,707
				Tahun	636,284,210,210
			2018	TW 1	639,786,010,490
				TW 2	685,574,803,121
				TW 3	721,369,232,790
				Tahun	747,293,725,435
4	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI	2017	TW 1	2,924,313,066,362
				TW 2	2,902,718,593,549
				TW 3	2,969,132,182,637
				Tahun	4,559,573,709,411
			2018	TW 1	4,617,776,112,169
				TW 2	4,181,156,533,633
				TW 3	4,298,882,880,472
				Tahun	4,393,810,380,883
5	Delta Djakarta Tbk	DLTA	2017	TW 1	1,290,208,200
				TW 2	1,160,731,930

			2018	TW 3 Tahun TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	1,250,173,130 1,340,842,765 1,437,964,758 1,277,076,643 1,400,090,079 1,523,517,170
6	PT. Chitose Internasional Tbk	CINT	2017 2018	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	403,549,827,836 417,148,425,719 455,944,821,739 476,577,841,605 486,608,276,820 472,668,871,895 496,356,620,887 491,382,035,136
7	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	2017 2018	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	30,408,575 32,391,520 31,113,001 31,619,514 35,403,329 34,754,657 33,820,264 34,367,153
8	PT. Akasha Wira International, Tbk	ADES	2017 2018	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	784,361 836,912 799,710 840,236 851,051 862,764 876,218 881,275

LAMPIRAN

Perhitungan Modal Kerja (X3)

No	Nama Perusahaan	Kode	tahun	periode	Modal Kerja
1	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.	INDF	2017	TW 1	10,845,210
				TW 2	11,032,905
				TW 3	10,223,420
				Tahun	10,877,636
				TW 1	11,382,179
				TW 2	6,459,525
				TW 3	4,117,476
				Tahun	2,068,516
2	PT Mayora indah Tbk.	MYOR		TW 1	5,611,515,627,747
				TW 2	5,149,868,620,458
				TW 3	5,380,884,957,500
				Tahun	6,200,571,248,355
				TW 1	6,596,183,474,081
				TW 2	7,087,149,214,565
				TW 3	8,643,871,736,941
				Tahun	7,883,348,340,759
3	PT Sekar laut Tbk.	SKLT	2017	TW 1	49,293,480,955
				TW 2	60,696,831,112
				TW 3	60,601,296,159

			2018	Tahun	55,636,319,150
				TW 1	59,448,164,923
				TW 2	66,363,412,601
				TW 3	66,830,313,898
				Tahun	65,386,564,495
4	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI	2017	TW 1	606,698,137,451
				TW 2	37,021,223,132
				TW 3	16,071,415,953
				Tahun	1,292,760,907,779
			2018	TW 1	1,286,832,818,376
				TW 2	1,229,790,558,049
				TW 3	1,207,440,016,440
				Tahun	1,350,987,149,189
5	Delta Djakarta Tbk	DLTA	2017	TW 1	988,841,411
				TW 2	894,004,649
				TW 3	965,242,268
				Tahun	1,066,891,281
			2018	TW 1	1,153,943,102
				TW 2	1,001,321,307
				TW 3	1,085,866,497
				Tahun	1,191,928,101
6	PT. Chitose Internasional Tbk	CINT	2017	TW 1	128,507,313,307
				TW 2	125,521,448,715

				2018	TW 3 Tahun TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	154,217,726,172 144,570,087,457 146,172,074,203 127,932,899,571 143,280,437,620 138,501,931,839
7	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	2017 2018	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	10,151,421 8,469,946 8,682,287 9,751,743 10,673,792 7,791,591 7,546,023 6,886,170	
8	PT. Akasha Wira International, Tbk	ADES	2017 2018	TW 1 TW 2 TW 3 Tahun TW 1 TW 2 TW 3 Tahun	337,883 112,969 97,881 49,356 100,130 96,339 96,046 101,741	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Data Pribadi**

Nama : NI PUTU MAHYONI

Tempat/Tanggal Lahir : Bambalaga, 01 Maret 1997

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Hindu

Riwayat pendidikan : - SD Negeri Bambalaga

: - SMP Negeri Satap Bambalaga

: - SMK Negeri 1 Tolitoli

Data Orang Tua

Nama Ayah : I Putu Darmeyase

Tempat/ Tanggal Lahir : Bali, 16 juli 1974

Agama : Hindu

Alamat : Desa Bambalaga, Kec. Ogodeide, Kab. Tolitoli

Nama Ibu : Ni Luh Martini

Tempat/Tanggal Lahir : Bali, 29 Maret 1981

Agama : Hindu

Alamat : Desa Bambalaga, Kec. Ogodeide Kab. Tolitoli