

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PEROLEHAN
LABA BERSIH PADA PT. PRIMA KARYA MANUNGGAL
KABUPATEN PANGKEP**

SKRIPSI

**SITI AISYAH
NIM : 1460302042**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2018**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PEROLEHAN
LABA BERSIH PADA PT. PRIMA KARYA MANUNGGAL
KABUPATEN PANGKEP**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros Untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

**SITI AISYAH
NIM : 1460302042**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi Penelitian : Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Perolehan Laba Bersih Pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Nama Mahasiswa : Siti Aisyah

Nomor Induk Mahasiswa : 1460302042

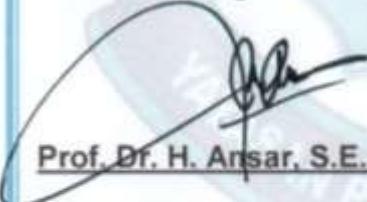
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen Keuangan

Setelah diteliti dan diperiksa ulang, maka skripsi ini telah memenuhi syarat untuk disetujui.

Maros, 23 Juli 2018

Pembimbing I

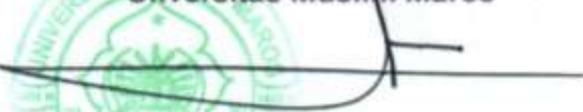

Prof. Dr. H. Ansar, S.E., M.Si.

Pembimbing II


Muhammad Ishak, S.E., M.Ak.

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros


Dr. Dahlan, SE., MM.

HALAMAN PENGESAHAN

Pada hari ini **Senin** tanggal **Dua Puluh Tiga** bulan **Juli** tahun **Dua Ribu Delapan Belas**.

Judul Hasil Penelitian/Skripsi : **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Perolehan Laba Bersih Pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.**

Nama Mahasiswa : **Siti Aisyah**
Nomor Induk Mahasiswa : **1460302042**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**
Program Studi : **Manajemen Keuangan**

Telah diujikan dan disahkan oleh Panitia Ujian Hasil Penelitian/Skripsi yang dibentuk dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros **Nomor 018/S1/SK/FEB UMMA/VII/2018 tanggal 22 Juli 2018**, untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Penguji :

Ketua : **Dr. Ir. Samsu G, MM.**

Sekretaris : **Muh. Alam Nasyrah. H, SE, S.Pd., MM.**

Anggota : **Fitri, SE., M.Ak.**

Dr. Dahlan, SE., MM.



KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi terhadap Perolehan Laba Bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep”**. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Konsentrasi Manajemen Keuangan.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayah dan Ibu tercinta dengan penuh kasih sayang dan kesabaran telah membesarkan dan mendidik kami hingga dapat menempuh pendidikan yang layak, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menghaturkan penghargaan dan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. H. Ansar, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan Bapak Muhammad Ishak, S.E., M.Ak. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. M. Ikram Idrus, M.S. Ketua Yayasan Perguruan Islam Maros.

2. Ibu Prof. Nurul Ilmi Idrus, Msc., selaku Rektor Universitas Muslim Maros.
3. Bapak Dr. Dahlan, SE.,MM selaku Dekan Universitas Muslim Maros
4. Ibu Nur Pratiwi, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muslim Maros.
5. Bapak/Ibu dosen Universitas Muslim Maros, yang telah berjasa menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh staf kampus atas bantuan dan kerjasamanya selama ini.
7. Bapak Pimpinan PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep seluruh karyawan, dan;
8. Teman-teman seperjuangan atas bantuan dan dukungannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dalam kesempurnaan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembacanya, Amin.

Maros, 15 Juli 2018
Penulis,

SITI AISYAH
NIM 1460302042

ABSTRAK

SITI AISYAH 2018. *Pengaruh Biaya Promosi terhadap Perolehan Laba Bersih* (dibimbing oleh Ansar dan Muhammad Ishak).

Untuk dapat mengetahui biaya promosi terhadap perolehan laba bersih penelitian ini melihat besarnya pengaruh antara biaya promosi terhadap perolehan laba bersih dimana objek penelitian saya PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep data yang dihitung pada periode 2013-2017 dimana setelah melakukan pengolahan data dengan menggunakan regresi sederhana diperoleh hasil yaitu $Y = 8.378.734.348.606 + (-6.109)$. Berdasarkan hasil yaitu perhitungan tersebut menunjukkan nilai yang negative, sedangkan hasil pengolahan data koefisien korelasi 0,489 antara biaya promosi terhadap perolehan laba bersih mempunyai pengaruh sedang, karena diperoleh koefisien korelasi 0,489, dan koefisien determinasi sebesar 0,239, sedangkan uji t 2,776, ini artinya bahwa hipotesis ditolak.

Dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti dari hasil analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji t, maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap perolehan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Kata kunci : Biaya Promosi dan Laba Bersih.

ABSTRACT

SITI AISYAH 2018. *The Effect Of Promotion Costs On The Net Profit Gain* (In Guidance by Ansar and Muhammad Ishak).

To be able to know the cost of promotion of net profit earnings of this study see the amount of influence between the cost of promotion of net profit acquisition where the object of my research PT. Prim Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Based on the results of research conducted on PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep data calculated in the period 2013-2017 where after doing the data processing using a simple regression obtained results that is $Y = 8.378.734.348.606 + (-6.109)$. Based on the results of the data processing correlation coefficient 489 between promotion costs of net profit gain has a moderate effect because the correlation coefficient is obtained 489, and the coefficient of determination of 0,239, while the test $t = 2,776$ this means that the hypothesis rejected.

Thus the proposed hypothesis is evident from the results of simple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination and t test, it can be concluded that the cost of promotion has no significant effect on the acquisition of net profit in PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Keywords: Promotional Costs and Net Income.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Laporan Keuangan	8
1. Pengertian Laporan Keuangan	8
2. Jenis-jenis Laporan Keuangan.....	9
3. Tujuan Laporan Keuangan	10
4. Fungsi Laporan Keuangan.....	11
5. Pengguna Laporan Keuangan	11
B. Pengertian Biaya dan Promosi.....	13
1. Pengertian Biaya	13
2. Penggolongan Biaya.....	14
3. Pengertian Promosi	15
4. Biaya Promosi	17
5. Tujuan Promosi	17
6. Bauran Promosi.....	18
7. Anggaran Biaya Promosi	19
8. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penentuan Pelaksanaan Promosi.....	20
9. Nilai Penjualan.....	21
10. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan.....	23
C. Pengertian Laba Bersih.....	24
1. Konsep Laba	26
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Laba Bersih	26

D. Penelitian Terdahulu	27
E. Kerangka Pikir	28
F. Hipotesis	29

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	30
B. Jenis dan Sumber Data	31
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Metode Analisis Data	31
1. Analisis Regresi Linear Sederhana	31
2. Analisis Korelasi (r)	32
3. Koefisien Determinasi (r^2)	32
4. Pengujian Hipotesis (Uji t)	33
E. Definisi Operasional Variabel	33

BAB IV. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	35
B. Visi dan Misi Perusahaan	39
C. Struktur Organisasi Perusahaan	40
D. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab	41

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan	49

BAB VI. PENUTUP

A. Kesimpulan	55
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
3.1.	Interprestasi Koefesien Korelasi.....	32
5.1	Total Biaya Promosi	47
5.2	Total Laba Bersih	48
5.3	Coefficients	50
5.4	Model Summary.....	51
5.5	Koefisien Determinasi	52
5.6	Nilai Koefesien Korelasi	53

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1.1. Kerangka Pikir.....	29

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini, tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik yang akan bertahan. Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya (Wasesa *et. al*,2014).

Hal tersebut menuntut manajemen perusahaan untuk selalu meningkatkan promosi maupun strategi-strategi pemasaran yang digunakan dengan tujuan memperoleh keuntungan-keuntungan sesuai dengan target perusahaan. Laba dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang. Banyak cara yang dapat ditempuh untuk mendapatkan laba yang lebih besar. Salah satunya yang dapat digunakan untuk memperoleh biaya promosi yang optimal adalah dengan memperhatikan laba yang akan dikeluarkan perusahaan. Tujuan utama dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan secara mendasar adalah memberikan informasi untuk menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh pada meningkatnya penjualan (Alma, 2009:181).

Sebagai salah satu unsur yang menjadi bagian pembentuk laba, biaya merupakan salah satu sumber informasi yang penting dalam

analisis strategik perusahaan. Masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk dapat lebih memahami keadaan pasar sebelum menentukan besarnya biaya-biaya yang akan dikeluarkan, sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan dapat digunakan secara efektif dan efisien.

Solusi agar tujuan perusahaan dapat tercapai diperlukan strategi promosi yang efektif. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan tentu saja memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan penjualan dapat tercapai. Sasaran promosi dapat tercapai apabila perusahaan menganggarkan biaya promosi yang memadai, dan dengan adanya biaya promosi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya. Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli di pasaran. Keputusan yang selalu diharapkan oleh produsen, apakah pesan yang disampaikan lewat promosinya telah dapat menjangkau pasar yang telah diharapkan atau belum. Apabila menjangkaunya berarti mencerminkan keberhasilan promosinya dan sudah tentu akan meningkatkan permintaan konsumen.

Pada dasarnya suatu perusahaan didirikan adalah untuk mencapai tujuan yang diharapkan, baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu faktor penunjang dalam pencapaian usaha tersebut adalah dalam bidang "*biaya promosi*". Biaya promosi adalah

semua beban yang dikeluarkan guna keperluan promosi. Biaya promosi adalah unsur dari laporan keuangan sehingga apabila kita ingin menganalisis biaya promosi maka kita harus menelaah laporan keuangan dahulu. Membedah laporan keuangan kedalam unsur-unsurnya, menelaah masing-masing unsur tersebut dan menelaah hubungan antara unsur-unsur tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang baik dan tepat atas laporan itu sendiri.

Oleh karena itu, setiap perusahaan sangat membutuhkan tenaga kerja yang terampil, baik dalam bidang produksi, keuangan, pemasaran, promosi serta bidang lain. Dimana bidang promosi mempunyai peranan yang sangat penting dalam perusahaan ini yaitu sebagai kegiatan mempromosikan dan menganjurkan kepada pelanggan sebagai sasaran untuk membelinya. Untuk mempertahankan eksistensinya usaha yang harus ditempuh perusahaan sebelum memasarkan produknya yaitu terlebih dahulu mengadakan kegiatan promosi. Karena dari kegiatan promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan laba bersih dari setiap tahun ketahun.

Promosi merupakan sebagian dari beberapa variabel pemasaran sehingga sangat penting untuk diperhatikan dalam setiap perusahaan. Pada kenyataan keberhasilan promosinya dalam suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh pengelolaan biaya promosi yang efektif dan efisien, biaya tersebut mempunyai peran penting dalam meningkatkan nilai penjualan, sehingga dengan meningkatnya nilai penjualan maka

merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai.

Adapun fenomena dalam bidang ini, maka suatu perusahaan PT. Prima Karya Manunggal sangat tertinggal jauh dari perusahaan lain dari segi penjualan, ini semua disebabkan karena kurangnya inisiatif dan inovatif untuk mencuri perhatian consumer, sehingga pendapatan perusahaan sangat minim jauh dari apa yang diharapkan perusahaan. Dapat juga dilihat bahwa suatu perusahaan pasti melakukan promosi sehingga dengan adanya promosi yang dilakukan maka perusahaan lebih dikenal di kalangan apapun.

Dan promosi juga dilakukan tidak lepas dari biaya sehingga dari itulah saya mengambil judul pengaruh biaya promosi terhadap perolehan laba bersih, apakah dengan adanya promosi yang dilakukan, laba bersih yang diperoleh perusahaan mengalami perubahan apakah meningkat atau menurun.

PT. Prima Karya Manunggal bergerak di bidang distribusi. Adapun perencanaan atau pembentukan promosi dan jenis usahanya dalam bentuk seperti: penjualan/distributor semen bag dan curah, kegiatan dibidang penjualan/distributor semen dimulai sejak tahun 1982 dan tugas utamanya mendistribusikan semen bag maupun curah ke seluruh pelatok Sulawesi Selatan khususnya dan Indonesia bagian timur pada umumnya. Serta ditunjang oleh armada yang cukup banyak berupa *Dump Truck*, *Trailer* dan *Truck* Kapsul sehingga memungkinkan untuk melayani proyek-

proyek skala besar dengan jaminan kualitas, Kwantitas serta kontinuitas yang dapat dijamin dan memuaskan.

Penjualan *Ready Mix Concrete* ,dibangun pada tahun 1991 di Desa Biringere Kabupaten Pangkep dengan kapasitas 60 M3/jam dan dilengkapi dengan peralatan pencuci pasir & batu serta *Cusher* untuk memproduksi batu pecah. Semua kebutuhan *Ready Mix Concrete* untuk pembangunan Pabrik Tonasa IV dan V di suplay dari usaha ini.

Dari uraian diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian yang membahas tentang **“Pengaruh Biaya Promosi terhadap Perolehan Laba Bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar biaya promosi berpengaruh terhadap perolehan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep ?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap perolehan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu mengenai biaya promosi dan laba bersih serta menambah kajian ilmu akuntansi agar dapat mengetahui bagaimana pengaruh biaya promosi yang diterapkan dalam meningkatkan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan menambah wawasan dan mempraktekan teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan sehingga penulisan menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan tambahan informasi dan bahan pertimbangan bagi manajemen dalam menentukan jumlah biaya promosi yang harus dianggarkan atau kebijakan-kebijakan perusahaan dimasa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Memberikan sumbangan pemikiran atau refensi dalam karya tulis ilmiah mengenai topik atau variabel yang diteliti serta yang ingin

melanjutkan penelitian lebih lanjut mengenai biaya promosi terhadap perolehan laba bersih.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Laporan Keuangan

1. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan catatan tentang informasi keuangan perusahaan pada suatu waktu akuntansi, yang dipakai untuk menggambarkan kondisi atau kinerja perusahaan tersebut. Atau bisa juga diartikan dengan catatan informasi keuangan yang disusun rapi oleh perusahaan untuk mengevaluasi kinerja perusahaannya, yang berguna untuk memenuhi pihak-pihak yang memakainya. Adapun pengertian laporan keuangan menurut para ahli

a. Munawir (2010:5)

Menurut Munawir laporan keuangan pada umumnya terdiri dari neraca dan perhitungan laba rugi serta perubahan ekuitas. Neraca menggambarkan jumlah aset, kewajiban dan ekuitas dari suatu perusahaan pada periode tertentu. Sedangkan laba rugi menunjukkan hasil-hasil dan beban perusahaan yang telah dicapai.

b. Harahap (2009:105)

Menurut dia, laporan keuangan menggambarkan keadaan keuangan dan hasil usaha perusahaan pada jangka waktu tertentu.

2. Jenis-jenis Laporan Keuangan

Berdasarkan cara penyajiannya, menurut PSAK no 1 maka laporan keuangan terdiri dari : Neraca, Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Ekuitas, Laporan Arus Kas Informasi, dan Catatan Atas Laporan Keuangan.

a. Neraca

Neraca berisi gambaran posisi keuangan, yang menunjukkan aktiva, kewajiban dan ekuitas dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Neraca aktiva lancar akan dipisahkan dengan neraca aktiva tidak lancar. Begitu juga kewajiban jangka pendek tentu akan dipisahkan dengan kewajiban jangka panjang.

b. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah ringkasan aktivitas transaksi pada perusahaan yang akan berpengaruh pada stabilitas, risiko dan prediksi pada suatu periode yang menghasilkan hasil usaha bersih atau kerugian yang timbul dari kegiatan usaha dan aktivitas lainnya. Laporan laba rugi perusahaan menampilkan berbagai unsur kinerja keuangan yang diperlukan bagi penyajian secara wajar.

c. Laporan Perubahan Ekuitas

Laporan perubahan ekuitas adalah laporan yang menyajikan peningkatan maupun penurunan aktiva-aktiva bersih atau kekayaan perusahaan selama periode tertentu yang didasarkan prinsip-prinsip

pengukuran tertentu yang dianut dan harus diungkapkan dalam laporan keuangan.

d. Laporan Arus Kas Informasi

Pada umumnya laporan arus kas banyak digunakan sebagai indikator dari jumlah, waktu dan kepastian arus kas masa depan. Selain itu, arus kas berfungsi meneliti kecermatan dan ketepatan perkiraan/taksiran arus kas masa depan yang telah dibuat sebelumnya dan dalam menentukan hubungan antara *profitabilitas* dan arus kas bersih serta dampak perubahan harga yang diklasifikasikan menurut aktivitas operasi, investasi dan pendanaan.

e. Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan meliputi penjelasan naratif atau rincian jumlah yang tertera dalam neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas dan laporan perubahan ekuitas serta informasi tambahan seperti kewajiban kontijensi dan komitmen. Catatan atas laporan keuangan juga mencakup informasi yang diharuskan dan dianjurkan untuk diungkapkan dalam PSAK serta pengungkapan-pengungkapan lain yang diperlukan untuk menghasilkan penyajian laporan keuangan secara wajar.

3. Tujuan Laporan Keuangan

Menurut Prinsip Akuntansi Indonesia (PAI), terdapat lima tujuan umum laporan keuangan, antara lain:

- a. Memberikan informasi keuangan yang kredibel berkaitan dengan aktiva dan kewajiban keuangan suatu perusahaan.

- b. Memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan aktiva neto perusahaan akibat kegiatan operasional untuk mendapatkan laba.
- c. Memberikan informasi keuangan kepada para analisis keuangan perusahaan untuk dapat memperkirakan potensi perusahaan dalam rangka memperoleh laba sebanyak-banyaknya.
- d. Memberikan informasi penting terkait laporan aktiva perusahaan serta aktivitas transaksi investasi.
- e. Memberikan gambaran umum mengenai kebijakan keuangan yang dianut suatu perusahaan.

4. Fungsi Laporan Keuangan

- a. Menyusun perencanaan aktivitas perusahaan.
- b. Mengendalikan perusahaan
- c. Bahan pertimbangan dan pertanggung jawaban pihak eksternal perusahaan.

5. Pengguna Laporan Keuangan

a. Investor

Para penanam modal atau investor memiliki kepentingan untuk mengetahui laporan keuangan perusahaan tempat mereka menanamkan modalnya. Laporan keuangan dapat membantu para investor untuk membuat keputusan apakah mereka harus membeli atau menjual investasi tersebut.

b. Karyawan

Laporan keuangan juga dapat memberikan gambaran mengenai stabilitas keuangan perusahaan kepada para karyawannya. Melalui laporan keuangan, para karyawan dapat memperkirakan serta menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan upah, kesempatan kerja, dan manfaat pensiun.

c. Pemerintah

Pemerintah melalui lembaga-lembaga yang mewakilinya juga memiliki hak untuk mengetahui laporan keuangan suatu perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan alokasi sumber daya serta menetapkan kebijakan pajak yang harus dikenakan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

d. Pemasok dan Kreditur Usaha

Para pemasok dan kreditur usaha tertarik untuk menggunakan laporan keuangan agar dapat memastikan jumlah dana yang terhutang dapat di bayarkan perusahaan tepat ketika jatuh tempo.

e. Pelanggan

Pelanggan berkepentingan untuk menggunakan laporan keuangan terutama jika mereka terlibat dalam perjanjian jangka panjang dengan perusahaan. Laporan keuangan juga dapat memberikan gambaran kepada para pelanggan mengenai keberlangsungan hidup perusahaan yang bersangkutan.

B. Pengertian Biaya dan Promosi

1. Pengertian Biaya

Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber-sumber ekonomi yang diukur dalam satuan utang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu, dalam arti sempit, biaya adalah bagian dari harga pokok yang dikorbankan di dalam usaha untuk memperoleh penghasilan. Sedangkan harga pokok adalah bagian dari harga perolehan atau harga beli aktiva yang ditunda pembebanannya atau belum dimanfaatkan dalam hubungannya dengan realisasi penghasilan.

Menurut Mulyadi (2010:8) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah menjadi nyata atau kemungkinan yang akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Bustami (2009) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Basu Swasta (2009:93) mengatakan bahwa biaya dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Biaya langsung, yaitu biaya yang langsung dibebankan pada aktivitas atau bagian tertentu dari organisasi. Kebanyakan biaya variabel semi variabel dan tetap secara langsung dapat dibebankan kepada kegiatan tertentu.

- b. Biaya tidak langsung, yaitu biaya yang tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk tertentu atau pembelian tertentu.

2. Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi (2012) menyatakan penggolongan biaya harus memperhatikan tujuan yang hendak dicapai atas penggolongan tersebut karena dalam akuntansi biaya dikenal dengan konsep *different cost for different purpose*, yaitu konsep akan menghasilkan informasi yang berbeda untuk kepentingan yang berbeda pula.

a. Penggolongan Biaya Menurut Objek Penelitian

Menurut cara penggolongan ini nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya, misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar maka semua biaya yang berhubungan dengan bakar itu disebut biaya bahan bakar.

b. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Dalam perusahaan industri ada 3 fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, serta fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu di dalam perusahaan industri biaya dapat digolongkan menjadi 3 yaitu:

Menurut Supriyono (2011:18) laba beberapa pembagian biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan/aktivitas perusahaan yaitu:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai pengumpulan piutang menjadi kas.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum.

3. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Suatu produk yang mempunyai kualitas yang tinggi apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka tidak akan membelinya. Perusahaan melakukan program promosi untuk komunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008:285) promosi adalah merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dipergunakan untuk mempromosikan produknya pengusaha dapat memilih beberapa cara yaitu:

a. Iklan atau Advertensi

Iklan atau advertensi adalah merupakan alat utama bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen. Advertensi ini dapat dilakukan oleh

pengusaha lewat surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun bentuk-bentuk poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat-tempat yang strategis.

b. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah merupakan kegiatan perusahaan untuk menjalankan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu dengan produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.

c. Publitas

Publitas adalah cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkannya. Cara ini dilakukan dengan cara memuat dan menyenangi produk yang dipasarkannya.

d. Personal Selling

Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon konsumennya itu.

Keempat bentuk promosi ini haruslah dikombinasikan sedemikian rupa sehingga akan mampu secara efektif untuk mempengaruhi konsumen untuk menjadi tertarik untuk membeli produk

yang dipasarkannya itu. Berdasarkan pengertian promosi tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa dengan tujuan memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

Menurut Swastha B., dan Irawan (2008:349) mengatakan bahwa promosi adalah arus informasi atau persuasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

4. Biaya Promosi

Menurut Freddy Rangkutu (2009:205) biaya promosi adalah biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ketangan konsumen.

5. Tujuan Promosi

Menurut Tjiptono F (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:

- a. Menginformasikan (*Informing*)
- b. Membujuk Pelanggan Sasaran (*Persuading*)
- c. Mengingatnkan (*Remainding*)

Dari penjelasan diatas, secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang untuk dapat mengenal produk

perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap menyukai, yakin, kemudian akan membeli serta selalu mengingat produk tersebut. Selain itu, promosi juga digunakan untuk menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk tersebut.

6. Bauran Promosi

Promosi mempunyai beberapa alat diantaranya: *advertising, personal selling, publicity, sales promotion, point of purchase communication, direct marketing communication, public relations* dan *corporate advertising*.

Kemudian Tjiptono F (2008:222) dalam buku Strategi Pemasaran menerangkan unsur dari bauran promosi adalah:

a. *Personal Selling* (Penjualan Perseorangan)

Personal selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya.

b. *Mass Selling*

Mass selling adalah suatu pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam waktu tertentu.

c. Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

d. *Public Relation*

Public relation adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya.

e. *Direct Marketing*

Direct marketing adalah proses atau faktor marketing dimana organisasi berkomunikasi secara langsung dengan target customer untuk menghasilkan respons atau transaksi.

7. Anggaran Biaya Promosi

Menurut Suparyanto (2015:183) terdapat beberapa metode untuk menentukan besarnya anggaran biaya promosi.

a. Persentase Penjualan

Perusahaan menganggarkan biaya tertentu dari tingkat penjualannya.

b. Anggaran Semampunya

Perusahaan memanfaatkan dana yang dimiliki saat ini, terutama bagi perusahaan baru atau perusahaan yang baru memperkenalkan produknya ke pasar sasaran, atau perusahaan yang memiliki dana yang terbatas.

c. Menyusaikan Anggaran Pesaing

Perusahaan membuat anggaran promosi berdasarkan anggaran promosi yang dimiliki dan dikeluarkan oleh pesaing.

d. Tujuan dan tugas

Perusahaan menetapkan terlebih dahulu tujuan yang dicapai. Lalu perusahaan menyusun tugas-tugas yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.

e. Anggaran Periode Sebelumnya

Metode yang paling mudah untuk menetapkan anggaran biaya promosi adalah dengan memperhatikan anggaran biaya promosi periode sebelumnya.

8. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penentuan dan Pelaksanaan Promosi

Basu Swasta DH, dalam Indra Suryawan (2009:17) menyatakan bahwa ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan dan pelaksanaan promosi, diantaranya :

a. Besarnya Dana yang digunakan untuk Promosi

Suatu perusahaan yang mempunyai dana lebih besar kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang hanya punya dana terbatas.

b. Sifat Pasar

Ada tiga macam sifat pasar, yaitu:

1) Luas Pasar secara Geografis

Penjualan perorangan dapat mencakup dalam pasar local terbatas akan tetapi dengan makin meluasnya pasar secara geografis, periklanan harus makin dipentingkan.

2) Jenis Pelanggan

Strategi promosi dipengaruhi oleh jenis sasaran yang hendak dituju oleh perusahaan seperti pengecer, pelanggan rumah tangga atau perantara.

3) Konsentrasi Pasar

Jumlah keseluruhan calon pembeli juga merupakan pertimbangan.

c. Jenis Produk yang Dipromosikan

Diperlukan strategi yang berbeda-beda untuk barang konsumsi dan barang industri.

d. Tahap-tahap dalam Siklus Kehidupan Produk

1) Tahap Perkenalan

2) Tahap Pertumbuhan

3) Tahap Kedewasaan

4) Tahap Kemunduran

9. Nilai Penjualan

a. Pengertian Nilai Penjualan

Penjualan merupakan pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan

perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Kotler (2007:16) mengatakan bahwa penjualan adalah tujuan pula suatu perusahaan, dimana seseorang penjual berusaha membuat apa yang pasar inginkan dan atau apa yang dapat kita jual bukan menjual apa yang kita hasilkan.

Kegiatan penjualan terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (*demand*), menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat, pembayaran sehingga pada akhirnya dapat terlaksana hak transfer atau transaksi (Sofjan Assuari, 2009:23).

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai penjualan menurut Dharmesta (2008:405), yaitu sebagai berikut:

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

- a. Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
- b. Harga produk atau jasa
- c. Syarat penjualan, seperti pembayaran dan pengiriman.

2) Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi

oleh beberapa faktor yakni jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembeli serta keinginan dan kebutuhannya.

3) Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesarkan usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan memerlukan alat transportasi, tempat untuk menjual dan promosi.

4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjual ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.

10. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan

Menurut Swasta (2008:86) biaya promosi adalah biaya yang digunakan dalam proses arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang (organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran).

Sulistiyowati (2010:270) mengartikan penjualan pendapatan yang berasal dari penjualan produk perusahaan, disajikan setelah mengurangi potongan penjualan dan retur penjualan.

Menurut (Swasta, 2008:404), sebuah perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan dalam proses penjualan yaitu:

- a. Mencapai Volume Penjualan tertentu
- b. Mendapatkan Laba tertentu
- c. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan

C. Pengertian Laba Bersih

Menurut Kasmir (2008:302) mengemukakan bahwa laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan laba setiap periode, yang ditentukan melalui target yang harus dicapai. Hal ini berarti bahwa satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya adalah mengenai perolehan laba atau keuntungan.

Menurut Suwardjono (2008:464) laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat pada kegiatan produksi penyerahan barang/jasa).

Menurut Sofyan Safri Harahap (2008:263) laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena berbagai alasan antara lain, laba merupakan dasar perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya dimasa akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efesiensi dalam menjalankan

perusahaan, serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan.

Laba (*profit*) menurut Slamet Sugiri (2009:202) adalah "selisih antara pendapatan dan biaya". Untuk mencapai laba yang optimal perlu disusun perencanaan laba agar kemampuan yang dimiliki perusahaan dapat dikerahkan secara terkoordinasi dalam mencapai tujuan tersebut. Perencanaan laba yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba yang optimal, oleh karena itu perusahaan laba untuk periode akuntansi yang bersangkutan. Dalam mencapai laba perusahaan memerlukan perusahaan yang efektif dan efisien memungkinkan perusahaan untuk mencapai laba yang optimal.

Menurut Soemarso (2008:245) laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu.

Perhitungan laba pada umumnya mempunyai 2 (dua) tujuan (Abdul Halim dan Sarwoko, 2013:38), yaitu:

- a. Tujuan internal yaitu berhubungan dengan manajemen untuk mengarahkan pada kegiatan yang lebih menguntungkan dan mengevaluasikan usaha yang telah dicapai.
- b. Tujuan eksternal yaitu memberikan pertanggungjawaban kepada para pemegang saham untuk keperluan pajak atau tujuan lainnya, misalnya untuk permohonan kredit.

1. Konsep Laba

Hendriksen dalam Maulidina Rahmanita (2017:15), menyatakan bahwa konsep laba terdiri dari berbagai macam bentuk dan jenis diantaranya adalah:

a. Konsep Laba Ekonomi

Pengukuran laba yang penting yaitu laba ekonomi dan laba permanen. Laba ekonomi, biasanya merupakan arus kas ditambah dengan perubahan nilai wajar aktiva, sedangkan laba permanen disebut, laba berkelanjutan atau laba yang dinormalkan merupakan rata-rata laba stabil yang ditaksir dapat diperoleh perusahaan sepanjang umur.

b. Konsep Laba Akuntansi

Laba akuntansi diukur berdasarkan konsep akuntansi akrual. Meskipun laba operasi mencakup baik aspek laba ekonomi maupun laba permanen, namun laba ini mungkin merupakan pengukuran laba secara langsung.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Laba

Menurut Sofyan Safri Harahap (2008:233) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah:

a. Perubahan dalam prinsip akuntansi adalah perubahan yang diterima umum dengan prinsip lain juga diterima yang lebih baik, misalnya menggunakan metode penyusutan.

b. Perubahan dalam taksiran adalah merubah taksiran dari yang ditetapkan setelah taksiran tersebut tidak sesuai dengan apa yang kita

taksirkan.

- c. Perubahan dalam pelaporan *Entity* perubahan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan yang materiil yang terjadi dalam *Entity* yang sebelumnya dilaporkan melalui laporan keuangan.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dibuat berdasarkan acuan dan keterkaitan teori dari penelitian-penelitian terdahulu. Berikut ini diuraikan beberapa penelitian terdahulu, beserta dan perbedaannya yang mendukung penelitian ini.

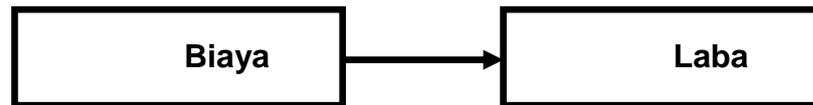
1. Maulidina Rahmanita (2017) dalam tesisnya yang berjudul "Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *Intervening*". Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *multikolinearitas*, uji *autokorelasi*, uji *heteroskedastisitas*, uji *normalitas*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah biaya promosi berpengaruh negative terhadap tingkat volume penjualan pada PT. Unilever Indonesia.
2. Dwi Ratna Eny Purwanti (2007) berjudul "Analisis pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan penjualan pada perusahaan timbang "sss" Surakarta". Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *multikolinearitas*, uji *autokorelasi*, uji *heterokedastisitas*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Biaya promosi berpengaruh positive terhadap volume penjualan pada perumahan Puri Bunga Nirwana Jember.

3. Indra Suryawan (2009) berjudul "Analisis pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan penjualan pada perusahaan timbang "sss"Surakarta". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji *normalitas Multi*, Uji *Multikolinearitas*, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji f, Koefisien determinasi (r^2). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan pada perusahaan timbangan.
4. Firmansyah Kurniadi (2010) berjudul " Pengaruh biaya promosi dan distribusi terhadap volume penjualan pada CV Sejati Sragen". Metode analisis dalam penelitian ini adalah Uji *normalitas*, Uji *linearitas*, Analisis regresi persial, Uji t, Analisa regresi linear berganda, Uji f, Koefisien determinasi, Uji asumsi klasik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa ternyata biaya promosi dan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan dan biaya distribusi mempunyai pengaruh paling dominan dibandingkan biaya promosi.

E. Kerangka Pikir

Promosi merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang merupakan aspek-aspek yang sangat penting dalam manajemen perusahaan karena dengan promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah laba pada PT. Prima Karya Manunggal, kegiatan promosi dilakukan untuk mempengaruhi, membujuk, memperkenalkan produk barang dan jasa, maka dibuatlah skema kerangka pikir untuk

memudahkan peneliti mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap perolehan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep, yaitu sebagai berikut :



Gambar. 1.1 Kerangka Pikir

F. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap perolehan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Dalam rencana kegiatan penelitian ini, demi memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan menyangkut judul penelitian ini, maka tempat penelitian yang dipilih adalah PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah selama 6 (enam) bulan, yaitu bulan Januari sampai Juni 2018.

B. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Data Kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung. Data ini diperoleh dari data-data keuangan yang berkaitan dengan biaya promosi dengan laba bersih.

2. Sumber Data

Sumber data atau informasi yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah:

Data Primer yaitu data diperoleh secara langsung berdasarkan hasil perusahaan yang menjadi objek penelitian dan selanjutnya diolah sebagai dasar analisis penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui dokumen-dokumen resmi milik perusahaan pada PT Prima Karya Manunggal, Kabupaten Pangkep seperti laporan keuangan dan biaya, sarana pendukung aktivitas perusahaan dan profil perusahaan serta data yang diperoleh dengan cara membaca literatur-literatur, bahan referensi, dan hasil penelitian lainnya.

D. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana yaitu dengan menggunakan regresi sederhana dari (X) yang berpengaruh terhadap (Y). Pada penelitian ini, penulis menggunakan bantuan program *Software SPSS (Statistic Package for the Social Sciens)* versi 22 for Windows.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi bertujuan untuk mengukur hubungan statistik antara dua atau lebih variabel, dan meramalkannya dengan menggunakan persamaan regresi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Laba Bersih

X = Biaya Promosi

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Korelasi

2. Analisis korelasi (r)

Koefisien korelasi adalah koefisien yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel (Subagyo, 2010:298).

Tabel 3.1. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012:184)

3. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi ditulis dengan simbol r^2 (r kuadrat), yang merupakan bagian (proporsi) dari total variasi dalam Y (variabel terikat) yang dapat dijelaskan oleh hubungan antara Y dan X (Noer dan Sugito 2011:112).

4. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Untuk mengetahui korelasi atau hubungan diantara variabel-variabel itu kuat, maka dilakukan pengujian. Cara pengujinya dengan menggunakan uji t, dan nilai t_{hitung} dicari dengan rumus sebagai berikut:

- **Tahap – tahap Menentukan Pengujian Hipotesis (Uji t)**

- a. Merumuskan Hipotesis. Adapun rumus hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Secara parsial tidak ada pengaruh biaya promosi terhadap perolehan laba bersih.

H_1 : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara biaya promosi terhadap perolehan laba bersih.

- b. Menentukan tingkat signifikan yakni 5% (signifikan 5% atau 0,05)

Jika signifikan < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima.

- c. Dalam menentukan t tabel Statistik tabel yang digunakan tingkat kepercayaan 95% , $\alpha = 5\%$ dengan kebebasan $df = (n-k)$ dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel.

- d. Untuk mencari t tabel yaitu:

$$\text{Rumus t-tabel} = t (\alpha/2 ; n-k)$$

E. Definisi Operasional Variabel

1. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah bagian dari biaya penjualan, pemasaran serta biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan untuk

memperkenalkan atau menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung.

2. Laba Bersih

Laba bersih adalah pendapatan atau keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan sebagai selisih dari setiap biaya yang telah dikeluarkan untuk proses penjualan.

BAB IV SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT. Prima Karya Manunggal yang didirikan dengan akte No.129 pada tanggal 18 April 1982 dengan nama awal PT.Purna Karya Manunggal adalah salah satu perusahaan Afiliasi PT.Semen Tonasa pangkep Sulawesi Selatan. Semula hanya bergerak dibidang distribusi semen dari produk PT.Semen Tonasa yang didistribusikan ke sub distribusi sebagai pelanggan tetapnya.

Pada tanggal 07 Maret 1998 dengan No.Akte 16 berubah nama menjadi PT.Prima Karya Manunggal, sejalan dengan waktu dan pesatnya pertumbuhan ekonomi maka PT.Prima Karya Manunggal turut berkembang dan saat ini mempunyai enam (6) jenis usaha dan didukung oleh karyawan sebanyak 554 orang yang cukup berpengalaman dibidangnya masing-masing.

PT.Prima Karya Manunggal yang beralamat di kantor pusat PT.Semen Tonasa lantai 1 Biringere-Pangkep Sulawesi Selatan, adapun jenis usaha yang dimaksud adalah :

1. Penjualan / Distributor semen Bag dan Curah
2. Penjualan *Ready Mix Concrete*
3. Unit usaha Transportasi
4. Unit usaha Workshoop dan Pabrikasi
5. Unit usaha kontraktor / Sipil dan *Cleaning Service*

6. Unit usaha alat berat dan Tambang.

Sedangkan jaringan pelayanan ada di beberapa wilayah seperti : Jakarta, Samarinda (Kalimantan Timur), Banjarmasin (Kalimantan Selatan), Bitung (Sulawesi Utara), Kendari (Sulawesi Tenggara) dan Ambon dan sampai saat ini sarana pendukung yang telah dimiliki perusahaan tersebut adalah :

- a. 18 Unit Alat Berat (*Crane, Exavator, Loader dan Forklift*)
- b. 135 Unit mobil Truck (*D.Truck , Trailer , Kapsul , Head Tractor dan Hopper Tank*).
- c. 22 Unit mobil Mixer (Kapasitas 5 M3)
- d. 4 Unit mobil Concrete Pump (Kapasitas 60 M3 / Jam)
- e. 2 Unit Crusher Batu Pecah
- f. 1 Unit alat pencuci pasir
- g. 3 Unit Batching Plant (Pangkep, Makassar, Kendari)

1. Penjualan / Distributor Semen Bag Dan Curah

Kegiatan di bidang Penjualan / Distributor semen dimulai sejak tahun 1982 dan tugas utamanya mendistribusikan semen baik bag maupun curah ke seluruh pelosok Sulawesi Selatan khususnya dan Indonesia bagian timur pada umumnya. Serta di tunjangoleh armada yang cukup banyak berupa Dump Truck, Trailer dan Truck Kapsul sehingga memungkinkan untuk melayani proyek-proyek skala besar dengan jaminan kualitas, Kwantitas serta kontinyutas yang dapat dijamin dan memuaskan.

2. Penjualan *Ready Mix Concrete*

Dibangun pada tahun 1991 di Desa Biringere kabupaten Pangkep dengan kapasitas 60 M³ / Jam dan dilengkapi dengan peralatan pencuci pasir & batu serta *Crusher* untuk memproduksi batu pecah. semua kebutuhan *Ready Mix Concrete* untuk pembangunan Pabrik Tonasa IV dan V di suplay dari unit usaha ini.

Meskipun semula hanya untuk memenuhi kebutuhan *Ready Mix Concrete* PT.Semen Tonasa, namun saat ini telah melayani pelanggan perorangan dan kontraktor di beberapa Kabupaten seperti : Pangkep, Maros, Barru, Gowa, Pinrang dan kotamadya Parepare.

Pada tahun 2000 di bangun satu unit *Batching Plant* dikawasan Kima Makassar untuk menjangkau pelanggan yang ada di kota Makassar dan pada tahun 2013 dilakukan *expansi* ke kota Kendari.

3. Unit Usaha Transportasi

Unit usaha transportasi telah dimulai sejak berdirinya perusahaan pada tahun 1982 khusus untuk pengangkutan semen ke pelanggan kemudian berkembang ke pengangkutan material lainnya seperti : pengangkutan pasir silika, batubara, batukapur, tanah liat dan semua bahan baku yang diperlukan oleh PT.Semen Tonasa.

Untuk melaksanakan kegiatan pengangkutan ini sarana pendukung yang ada tersedia dari 200 Unit armada yang terdiri dari *Dump Truck*, mobil kapsul dan mobil trailer yang selalu siap melayani pelanggan dengan menjaga mutu serta dengan pelayanan yang prima.

4. Unit Usaha *Workshoop* dan Pabrikasi

Unit usaha *Workshoop* dan Pabrikasi PT.Prima Karya Manunggal didirikan pada tahun 1994 diatas lahan seluas 10 hektar di Desa Biringere Kec.Bungoro dengan kapasitas produksi 300 Ton / bulan, dengan jenis pekerjaan *Steel Structure, Plate Work* dan *Erection*.

Tugas utama dari unit usaha ini adalah membantu PT.Semen Tonasa dalam melakukan perbaikan dan pemeliharaan pabrik serta membantu perusahaan afiliasi lainnya.

5. Unit Usaha Kontraktor / Sipil dan *Cleaning Service*

Sejak tahun 1990 unit usaha kontraktor telah melaksanakan beberapa proyek dari PT.Semen Tonasa seperti perbaikan jalan, pembangunan sentral control room, pembangunan kolam renang, pembangunan silo serta perbaikan pondasi peralatan utama pabrik.

Unit usaha sipil dimulai pada tahun 1987 dan telah membangun perumahan Bungoro indah tahap I sampai dengan tahap IV dengan total 300 unit rumah yang diperuntukkan bagi karyawan PT.Semen Tonasa dan karyawan Afiliasi.

Pada tahun 2000 melaksanakan pembangunan perumahan di KM.16 Daya tepatnya Griya Prima Tonasa sebanyak 300 unit yang diperuntukkan kepada seluruh lapisan masyarakat.

6. Unit Usaha Alat Berat dan Tambang

Jasa alat berat dan tambang telah dilakukan sejak tahun 1995 untuk penambangan pasir silika, tanah liat serta batu kapur yang

lokasinya telah tersebar di beberapa tempat seperti Mallawa Kabupaten Maros Kecamatan Balocci Pangkep dan kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru dan unit ini telah didukung oleh peralatan yang memadai seperti *Backhoe, Wheel Loader, Excavator dan Veermeer*.

B. Visi dan Misi Perusahaan

Untuk mengelola dan mengembangkan perusahaan ini kedepan serta untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan dan dituangkan bersama dalam Visi dan Misi perusahaan, yaitu :

1. Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan terkemuka yang terkenal di Sulawesi dan Indonesia pada umumnya.

2. Misi Perusahaan

- a. Meningkatkan nilai tambah bagi pemegang saham dan stake holder lainnya dalam jangka panjang.
- b. Mendukung dan menjamin serta mengsucceskan program PT.Semen Tonasa (Persero).
- c. Berperan aktif mendukung dan mensucceskan program pemerintah.

Dalam menjalankan misi untuk mencapai visi tersebut dicanangkan lima semangat sebagai budaya perusahaan seperti semangat solusi, semangat berkarya, semangat persaudaraan, semangat optimisme dan semangat prestasi.

C. Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk memperlancar kegiatan perusahaan dalam proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan baik jangka pendek maupun tujuan jangka panjang maka perlu adanya pembagian tugas yang jelas, hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya saling tumpang tindih dalam melaksanakan tugas, oleh karena itu perlu diciptakan suatu team kerja yang kompak dan saling membantu serta saling menunjang antara satu dengan yang lainnya dalam pelaksanaan pekerjaan sebagai upaya mempercepat tercapainya tujuan perusahaan.

PT.Prima Karya Manunggal memakai struktur organisasi yang berbentuk lini dan staf, Direktur utama dalam menjalankan tugas mengelola perusahaan dibantu oleh direktur Teknik dan direktur Komersil dan masing masing direktur dibantu oleh para kepala divisi sebagai pejabat lini sedangkan pejabat stafnya adalah seksi satuan kerja audit intern (SKAI) serta para kepala divisi dibantu para kepala seksi, yaitu :

1. Divisi Konstruksi, terdiri dari seksi Konstruksi, seksi pekerjaan plate dan konstruksi, seksi pekerjaan mesin, seksi konstruksi lapangan, seksi administrasi konstruksi.
2. Divisi Operasi, terdiri dari seksi angkutan semen curah, seksi angkutan umum, seksi pemeliharaan angkutan semen curah dan umum, seksi pemeliharaan alat berat *concrete pump* dan *mixer*.

3. Divisi Produksi, terdiri dari seksi produksi *Ready Mix Concrete* Pangkep, seksi produksi *Ready Mix Concrete* Makassar, seksi tambang, seksi sipil.
4. Divisi Komersil, terdiri dari seksi penjualan semen, seksi penjualan *Ready mix concrete*, seksi penjualan umum, seksi logistik, seksi administrasi penjualan.
5. Divisi keuangan dan akuntansi, terdiri dari seksi keuangan, seksi akuntansi, seksi penagihan, seksi pajak.
6. Divisi sumber daya manusia dan umum, terdiri dari seksi personalia, seksi humas dan umum, seksi keselamatan kerja dan satpam, seksi penelitian dan pengembangan.

D. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Adapun kewajiban, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian pada struktur organisasi adalah :

1. Direktur Utama

- a. Bertanggung jawab penuh terhadap segala operasional perusahaan baik dibidang teknik maupun dibidang keuangan.
- b. Berwenang serta menentukan kebijakan (*Policy*) tata tertib perusahaan dan berhak untuk menjalankan tata tertib tersebut.
- c. Bersama direksi lain beserta pemegang saham untuk mengesahkan rencana anggaran dan belanja perusahaan.

- d. Sebagai pemegang kuasa dari pemegang saham untuk berhubungan dengan pihak-pihak diluar perusahaan demi kemajuan dan peningkatan laba tahunan perusahaan.

2. Direktur Komersil

- a. Bertanggung jawab atas tercapainya target penjualan semen, *Ready mix concrete* baik bulanan maupun target tahunan.
- b. Bertanggung jawab atas pembuatan laporan keuangan perusahaan.
- c. Berkewajiban memberikan pengarahan terhadap bawahan baik langsung maupun tidak langsung.
- d. Bertanggung jawab atas mengendalikan biaya demi tercapainya likuiditas, solvabilitas perusahaan.
- e. Berwenang memberikan sanksi kepada karyawan baik kepada bawahan langsung maupun tidak langsung.
- f. Berhak mewakili perusahaan dalam hubungan dengan pihak pihak diluar perusahaan yang berkaitan dengan keuangan dan komersil.

3. Direktur Teknik

- a. Bertanggung jawab penuh atas tercapainya target produksi di divisi konstruski, operasi maupun produksi.
- b. Bertanggung jawab atas hasil kerja bawahannya terhadap *cleam-cleam* dari pihak rekanan.

- c. Berwenang memberikan sanksi dan teguran kepada bawahan langsung maupun bawahan tidak langsung.
- d. Berhak mewakili perusahaan dalam hubungan dengan pihak pihak diluar perusahaan yang berkaitan dengan teknik.

4. Divisi Konstruksi

- a. Bertanggung jawab atas tercapainya target produksi seksi pabrikan plate dan konstruksi, seksi pekerjaan mesin dan seksi konstruksi lapangan.
- b. Bertanggung jawab atas penyelesaian pekerjaan dari pelanggan dengan tepat waktu dan tepat mutu.
- c. Berkewajiban untuk membuat laporan produksi dan segala kelengkapannya demi kelancaran proses penagihan ke user.

5. Divisi Operasi

- a. Bertanggung jawab atas tercapainya target seksi pengangkutan semen curah dan seksi angkutan material umum.
- b. Bertanggung jawab atas pemeliharaan armada angkutan semen curah dan armada angkutan material umum , alat berat , mixer.
- c. Berkewajiban untuk memberikan sanksi dan teguran kepada karyawan dibawah divisi operasi demi terlaksananya tata tertib perusahaan.

6. Divisi Produksi

- a. Bertanggung jawab atas tercapainya produksi *Ready Mix Concrete* Pangkep dan *Ready Mix Concrete* Makassar.

- b. Bertanggung jawab atas tersedianya bahan baku ready mix concrete baik batu pecah maupun pasir.
- c. Bertanggung jawab atas terselesaikannya pekerjaan borongan baik kepada PT.Semen Tonasa maupun dari pihak lain.

7. Divisi Komersil

- a. Bertanggung jawab atas tercapainya target penjualan semen, penjualan *Ready Mix Concrete* dan penjualan material umum.
- b. Berkewajiban menerapkan *System Logistic* yang baik demi tercapainya persediaan dan pemakaian material terkontrol.
- c. Bertanggung jawab atas kelengkapan dokumen atas penagihan kepada pihak user baik tonasa maupun yang lainnya.

8. Divisi Keuangan dan Akuntansi

- a. Bertanggung jawab atas tersedianya *cash flow* yang baik sehingga operasional perusahaan berjalan lancar
- b. Bertanggung jawab langsung atas pembuatan laporan keuangan dan system pencatatan sesuai standar akuntansi Indonesia.
- c. Bertanggung jawab atas penagihan piutang kepada rekanan dan pelaporan perpajakan yang sesuai standar yang berlaku.

9. Divisi Sumber Daya Manusia dan Umum

- a. Bertanggung jawab atas system rekrutmen dan system penggajian kepada seluruh karyawan.

- b. Berkewajiban membina hubungan perusahaan dengan masyarakat serta segala keperluan perusahaan.
- c. Bertanggung jawab menerapkan system keselamatan kerja dan keamanan karyawan dan perusahaan.

10. Seksi Satuan Kerja Audit Intern / SKAI

- a. Membantu manajemen dalam penentuan standard an keinginan untuk mengukur ketepatan dari rencana kegiatan.
- b. Membantu manajemen dan divisi lain dalam perencanaan kegiatan kegiatan khusus.
- c. Bertanggung jawab atas *stock opname* baik bidang keuangan maupun *stock opname* persediaan material setiap akhir bulan akuntansi.
- d. Membantu seksi penagihan menangani piutang yang bermasalah demi tercapainya *cash flow* yang baik.
- e. Mengaudit segala jenis kegiatan di dalam perusahaan untuk menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan sumber arus informasi atau persuasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran, meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ketangan konsumen. Biaya bgai perusahaan merupakan faktor yang menentukan untuk menetapkan harga dari produk yang akan dijual. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentu saja membutuhkan biaya. Dalam hal ini disebut biaya promosi.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Produk yang sudah direncanakan dengan baik serta telah ditentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilan pemasaran terhadap produk tersebut. Hal ini disebabkan karena apabila produk yang sudah bagus dengan harga yang sudah bagus tidak dapat dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan berhasil dipasarkan.

Upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi. Jadi, promosi merupakan salah satu aspek yang dikatakan dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Hal ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.

Tabel 5.1. Perkembangan Biaya Promosi PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep Periode 2012-2016 (dalam rupiah)

o	ah un	Biaya Promosi (Rp)	Perkembangan n (%)
	01 2	204.645.348,00	-
	01 3	142.550.864,00	0,696
	01 4	111.840.280,00	0,784
	01 5	225.665.930,00	2,017
	01 6	718.835.973,00	3,185

Sumber : Laporan Keuangan PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat perkembangan laporan biaya promosi PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep, periode 2012-2016. Pada tahun 2012 sebesar Rp. 204.645.348,00,- dan mengalami kenaikan sebesar 0,696% sehingga menjadi Rp. 142.550.864,00,- di tahun 2013, namun pada tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 0,784% , hal ini dapat dilihat dari biaya promosi tahun 2013 Rp. 142.550.864,00,- menjadi Rp. 111.840.280,00,- di tahun 2014.

Pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebesar 2,017% , hal ini dapat dilihat dari biaya promosi tahun 2014 sebesar Rp. 111.840.280,00,- menjadi Rp. 225.665.930,00,- di tahun 2015. Dan kembali mengalami peningkatan sebesar 3,185% di tahun 2016 sehingga menjadi Rp. 718.835.973,00,-. Hal ini menunjukkan bahwa laporan biaya promosi selama lima tahun mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Biaya promosi meningkat setiap tahunnya dikarenakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses promosi dapat diminimalkan dan terjadinya peningkatan. Begitupun sebaliknya jika biaya yang dikeluarkan sangat tinggi dan akan terjadi penurunan terhadap laba bersih dan tidak sesuai dengan target yang ditargetkan oleh perusahaan.

2. Laba Bersih

Laba bersih adalah keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan secara bersih jika pendapatan yang diperoleh melebihi beban yang dikeluarkan ketika menghasilkan suatu produk.

Tabel 5.2. Perkembangan Laba Bersih PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep Periode 2012-2016 (dalam rupiah)

o	Tahun	Lab a Bersih (Rp)	Perkembangan (%)
	2012	9.577.503.90 1,05	-
	2013	9.588.681.30 8,09	1,001
	2014	7.165.584.53 0,00	0,747

	2	2.667.356.09	0,372
	015	0,00	
	2	4.319.935.52	1,619
	016	8,83	

Sumber : Laporan Keuangan PT Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat perkembangan laporan laba bersih PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep Periode 2012-2016. Untuk tahun 2012 laba bersih diperoleh sebesar Rp. 9.577.503.901,05,- namun mengalami kenaikan sebesar 1,001%, di tahun 2013 sehingga menjadi Rp. 9.588.681.308,09,-. Mengalami penurunan sebesar 0,747% di tahun 2014 menjadi sebesar Rp. 7.165.584.530,00,- . Dan pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 0,372%, hal ini dapat dilihat dari laba bersih tahun 2014 sebesar Rp. 7.165.584.530,00,- menjadi Rp. 2.667.356.090,00,- di tahun 2015. Dan kembali mengalami kenaikan sebesar 1,619% di tahun 2016 menjadi Rp. 4.319.935.528,83,-. Hal ini menunjukkan bahwa laporan laba bersih selama lima tahun terakhir mengalami 2 kali penurunan dan 2 kali peningkatan.

Laba bersih meningkat dikarenakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi dan dapat diminimalkan dan terjadinya peningkatan terhadap biaya promosi. Serta apabila laba bersih tidak sesuai yang diperoleh, maka biaya promosi akan tinggi. Begitupun sebaliknya, apabila biaya-biaya yang dikeluarkan sangat tinggi dan terjadi penurunan terhadap laba bersih yang diperoleh akan menurun karena harga biaya suatu produk tidak optimal dan tidak sesuai target penjualan.

B. Pembahasan

Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep, dapat dihitung dengan menggunakan rumus regresi yaitu regresi sederhana yang menunjukkan hubungan antara dua variabel.

Bentuk persamaan yang dapat dipakai untuk menentukan sifat hubungan antara biaya promosi (X) yang dianggap sebagai variabel bebas (*independent*) dengan laba bersih (Y) yang dianggap sebagai variabel terikat (*dependent*) adalah dengan menggunakan analisis linear sederhana dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Persamaan Regresi Sederhana

Analisis regresi bertujuan untuk mengukur hubungan statistik antara dua variabel atau lebih, dan meramalkan dengan menggunakan persamaan regresi. Regresi sederhana digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih. Tujuan utama dari penggunaan persamaan regresi linear adalah memperkirakan nilai variabel bebas atau independen yaitu biaya promosi, dan pada nilai variabel dependen yaitu laba bersih. Di bawah ini hasil pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS Statistic* versi 22 adalah sebagai berikut:

Tabel 5.3. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Sederhana Biaya Promosi terhadap Perolehan Laba Bersih

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	83787.34348606	22549.53579548		3.716	.034
Biaya Promosi	-6.109	6.291	-.489	-.971	.403

a. Dependent Variable: Laba

Sumber : Data diolah (Output Program SPSS 22)

Berdasarkan output diatas diketahui nilai Constant (a) sebesar 8.378.734.348.606 , sedangkan nilai (b) atau koefesien regresi sebesar -6.109 . Jadi, sehingga bersamaan dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8.378.734.348.606 + (-6.109)$$

Dimana : Y = Laba Bersih

a = Nilai Konstanta

X = Biaya Promosi

b = Koefesien Regresi

Persamaan tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut:

- b. *Constant* sebesar 8.378.734.348.606 mengandung arti bahwa nilai *Constant* Variabel Laba adalah sebesar 8.378.734.348.606 .
- c. Koefesien Regresi sebesar (-6.109) artinya apabila biaya promosi mengalami kenaikan 1% maka nilai labanya akan mengalami penurunan sebesar (-6.109) dengan asumsi variabel independen lain nilainya konstan.

2. Analisis Koefisien Korelasi

Selanjutnya analisis yang dilakukan yaitu analisis korelasi, untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan dua variabel independen (biaya promosi) dan variabel dependen (laba bersih). Jika kedua variabel memiliki hubungan yang kuat atau lemah dapat ditunjukkan oleh besarnya koefisien korelasi dengan menggunakan aplikasi *SPSS Statistic* versi 22 yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.4. Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.489 ^a	.239	-.014	3135361549.55482

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Sumber : Data diolah (Output Program SPSS 22)

Berdasarkan output pada tabel 5.4 diketahui nilai korelasi sebesar 0,489 dimana pada tabel ini digunakan untuk mengukur kekuatan antara dua variabel (dalam hal ini pengaruh biaya promosi terhadap perolehan laba bersih).

Dilihat dari tabel 3.1 keeratan antara biaya promosi dengan laba terlihat sedang karena nilai korelasi sebesar 0,489 berada pada interval 0,40 – 0,599.

3. Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi ditulis dengan simbol r^2 digunakan untuk melihat pengaruh variabel yang diteliti dan tingkat pengaruh yang diteliti.

Tabel 5.5. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.489 ^a	.239	-.014	3135361549.55482

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Sumber : Data diolah (Output Program SPSS 22)

Berdasarkan tabel 5.5 diketahui diperoleh koefisien determinasi (R Square) yaitu sebesar 0,239 yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas 23,9%, sedangkan sisanya 76,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model regresi linear.

4. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Hipotesis pada dasarnya merupakan suatu proposisi atau anggapan yang mungkin benar, dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan/pemecahan persoalan ataupun untuk dasar penelitian lebih lanjut (Supranto, 2016:122). Hasil uji t dapat dilihat pada hasil analisis regresi sederhana berikut ini:

Tabel 5.6. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	S
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	83787 34348.606	22549 53579.548		3.716	.034	.
Biaya Promosi	-6.109	6.291	-.489	-.971	.403	.

a. Dependent Variable: Laba

Sumber : Data diolah (Output Program SPSS 22)

Dalam hal ini cara mencari t tabel adalah:

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= t (\alpha/2 ; n-k) \\
 &= 5\%/2 ; 5-1 \\
 &= 0,5/2 ; 5-1 \\
 &= 0,025 ; 4 \\
 &= 2,776
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 5.6 nilai signifikan untuk pengaruh biaya promosi terhadap perolehan laba bersih adalah sebesar 0,403 > 0,05 dan nilai t-hitung (-0,971) < t-tabel 2,776 sehingga dapat disimpulkan bahwa: Hipotesis ditolak yang menandakan tidak berpengaruh signifikan antara biaya promosi terhadap perolehan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aggy Mutiara Putra (2014) dengan judul "Pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan pada Taman Wisata Tirta Sanita Cisseng Bogor"

yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara biaya pendapatan pada tanam wisata tirta sanita cissing bogor. Metode analisis regresi linear sederhana, analisis korelasi sederhana, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (Uji t).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erviana (2016) yang berjudul "Pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan pada PT. Bank BNI Syariah" yang menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan antara biaya promosi terhadap pendapatan pada PT. Bank BNI Syariah.

Hasil penelitian ini tidak memiliki pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, karena mengikut pada data keuangan yang tidak stabil. Dimana perkembangan biaya promosi pada tahun 2012-2013 sebesar 0,696%, kemudian dibandingkan dengan laba bersih tiap tahun yang mengalami peningkatan yang pada tahun 2012-2013 mengalami peningkatan sebesar 1,001%.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang penulis telah paparkan dari penelitian yang telah dilakukan serta data yang telah dipaparkan kemudian diolah dan dilakukan pengaruh biaya promosi terhadap perolehan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal kabupaten Pangkep. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil olah data SPSS versi 22 diperoleh koefesien korelasi sebesar 489, berdasarkan interpretasi nilai r tingkat hubungan antara biaya promosi (X) dengan laba bersih (Y) pada PT. Prima Karya Manunggal di nilai sedang.
2. Berdasarkan hasil olah data SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung sebesar $(-.971) < t \text{ tabel } 2,776$ dimana nilai signifikan sebesar $0,403 > 0,05$ maka hipotesis ditolak yang artinya biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap perolehan laba bersih pada PT. Prima Karya Manunggal kabupaten Pangkep.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, ada beberapa saran yang hendak dipertimbangkan :

1. Bagi perusahaan

Dapat memberikan perhatian lebih terhadap biaya promosi serta anggaran biaya-biaya yang dikeluarkan agar mendapatkan input yang lebih baik dalam memperoleh laba bersih perusahaan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, sampel yang digunakan dapat ditambah sehingga untuk pengujian hipotesis dapat lebih akurat, dan menambah variabel serta jenis perusahaan yang berbeda mungkin akan memberikan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2009). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Basu Swasta. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta. BPFE.
- Bustami Bastian, dan Nurlela. *Akuntansi Biaya Melalui Pendekatan Manajerial*. Edisi pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2009.
- Dharmesta, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- Freddy, Rangkutu. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gitosudarmo Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua, Cetakan Pertama. Yogyakarta. BPFE.
- Halim, Abdul dan Sarwoko. 2013. *Manajemen Keuangan (Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan) Buku 1: Manajemen Dan Analisis Aktiva*. Edisi Kedua, Penerbit BPFE-Yogyakarta.
- Harahap. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan ketiga. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kurniadi, Firmansyah 2010. *Pengaruh Biaya Promosi Dan Distribusi Terhadap Volume penjualan pada CV. Sejati Sragen*. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kotler, P. Dan Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Ed12 2 Jilid 2. Jakarta : Penerbit PT Indeks
- Mulyadi. 2010. *Sistem Akuntansi*, edisi ke-3, cetakan ke-5. Jakarta. Salemba Empat.
- 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

- Munawir, 2010, *Analisis Laporan Keuangan*, edisi 4, Yogyakarta : Liberty.
- Noer dan Ahmad Sugito, 2011:112, *Statistik Lanjutan Edisi Pertama* Yogyakarta BPFE.
- Rahmanita, Maulidina. 2017: judul” *Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan variabel intervining*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Purwanti, Eny, Ratna, Dwi. 2007 *.Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan* pada perumahan Puri Bunga Nirwana Jember. Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.
- Sofyan Syafri Harahap. 2008. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*.
Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Soemarso. 2008. *Akuntansi suatu pengantar*. Buku 2. Edisi Kelima.
- Subagyo, Pangestu. 2010. *Statistik Terapan*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Suryawan Indra. 2009.”*Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan Timbangan*”. Sss. Surakarta. Fakultas ekonomi. Universitas negeri sebelas maret. Surakarta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor. In Media. Jakarta: Salemba Empat.
- Supranto, J. 2016. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi 8 Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Suwardjono. 2008. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*.
Yogyakarta : BPFE.
- Supriyono R.A. 2011. *Akuntansi biaya pengumpulan biaya dan penentuan harga pokok*, cetakan 15. Yogyakarta. BPFE.
- Sugiri, Slamet, 2009. *Akuntansi Pengantar 2*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sulistiyowati, Leny. 2010. *Panduan Praktris Memahami Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabela.

Swastha, B., dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.

----- 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wasesa, I.W.B., Zuhri, A., dan Suwena, K.R. (2014). *Pengaruh volume*

penjualan mente dan biaya operasional terhadap laba bersih pada UD. Agung Esha Karangasem. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singajara, Indonesia. Vol. 4, No.1.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	92701	1	927017	.943	.403 ^b
Residual	7725198435100	3	2575062811700		
Total	0.000	4	.000		
	29491		983049		
	4761392803760		2046426792000		
	00.000		.000		
	38761				
	6533912647300				
	00.000				

a. Dependent Variable: Laba

b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	83787	225495		3.716	.034
biayapromosi	34311.859	3671.454			
	-6.109	6.291	-.489	-.971	.403

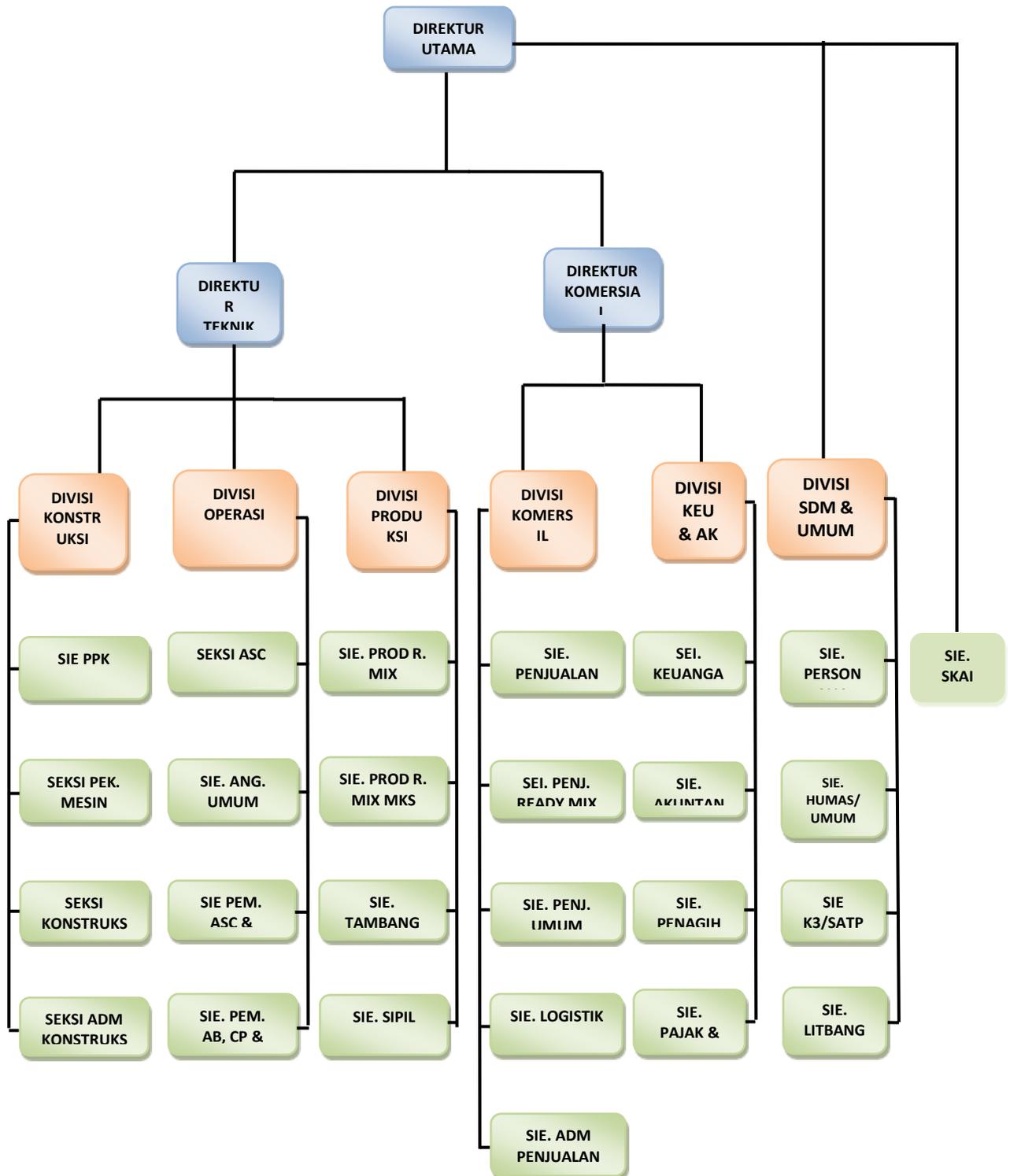
a. Dependent Variable: lababersih

Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.489 ^a	.239	-.014	3135361549.55482

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

STRUKTUR ORGANISASI PT PRIMA KARYA MANUNGGAL KAB. PANGKEP



43. BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM

Rincian biaya administrasi dan umum :

	Tahun 2012	Tahun 2011
Biaya Kerugian Piutang Tak Tertagih	1.716.500,00	2.078.403.318,08
Biaya Bahan Bakar & Pelumas	305.835.269,30	366.168.004,48
Biaya Listrik, Air & Telpn	263.945.090,00	221.074.052,00
Biaya Pemeliharaan Aset Tetap	792.315.369,44	546.694.004,31
Biaya Gaji & Tunjangan	8.790.976.710,64	6.207.392.942,27
Biaya Upah & Honor	257.248.503,70	242.935.075,00
Biaya Pasca Kerja Karyawan	145.600.000,00	723.122.889,00
Biaya Sewa Kantor & Kendaraan	295.801.043,74	429.917.499,96
Biaya Sertifikasi & Asuransi	823.782.497,55	157.250.600,00
Biaya Operasional Supporting	1.193.601.185,00	1.001.431.513,00
Biaya Keperluan Kantor	985.195.095,91	1.119.438.112,10
Biaya Pengurusan	95.516.480,00	137.183.578,00
Biaya Perjalanan Dinas	1.138.454.082,00	839.275.886,00
Biaya Rapat Supporting	936.095.135,00	982.402.593,00
Biaya Pembinaan Karyawan	409.338.748,00	282.167.684,00
Biaya Pembinaan Lingkungan	391.911.672,00	326.385.740,00
Biaya Penelitian & Pengembangan	266.420.174,00	640.879.400,00
Biaya Promosi Perusahaan	204.645.348,00	53.452.500,00
Biaya Pengobatan Karyawan	423.178.487,22	618.102.883,00
Biaya Penyusutan	181.904.788,67	203.898.194,34
Jumlah Biaya Administrasi dan Umum	17.903.482.180,17	17.177.576.468,54

44. PENDAPATAN LAIN-LAIN

Rincian pendapatan lain-lain:

	Tahun 2012	Tahun 2011
Pendapatan Bunga	54.266.503,33	77.770.827,76
Pendapatan Lainnya	609.967.571,95	428.701.219,64
Jumlah Pendapatan Lain-lain	664.234.075,28	506.472.047,40

- By Perjalanan Dinas	1.276.010.221,==	1.138.454.082,==
- By Rapat Supporting	2.119.280.091,==	936.095.135,==
- By Pembinaan Karyawan	452.151.658,==	409.338.748,==
- By Pembinaan Lingkungan	286.020.271,==	391.911.672,00
- By Penelitian & Pengembangan	776.656.514,==	266.420.174,==
- By Promosi Perusahaan	142.550.864,==	204.645.348,==
- By Pengobatan Karyawan	927.781.990,96	423.178.487,22
- By Penyusutan	172.729.060,98	181.904.788,67
	<u>Rp 20.904.721.033,44</u>	<u>Rp 17.903.482.180,17</u>

47. PENDAPATAN LAIN-LAIN

Akun ini terdiri dari :

	2013	2012
- Pendapatan Bunga Bank	Rp 19.794.522,==	Rp 54.266.503,33
- Keuntungan Selisih Kurs	96.795.104,34	
- Pendapatan Dividen	682.511.000,==	
- Pendapatan Lainnya	823.525.556,93	609.967.571,95
	<u>Rp 1.622.626.183,27</u>	<u>Rp 664.234.075,28</u>

48. BIAYA LAIN-LAIN

Akun ini terdiri dari :

	2013	2012
- Biaya Bunga Bank	Rp 4.798.548.537,==	Rp 2.308.652.094,==
- Biaya Administrasi Bank	26.174.996,07	
- Biaya Lainnya	42.374.809,==	588.362.674,14
	<u>Rp 4.865.098.342,07</u>	<u>Rp 2.897.014.768,14</u>

49. BEBAN PAJAK

Akun ini terdiri dari :

	2013	2012
- Beban Pajak Kini	Rp 2.814.554.750,==	Rp 3.016.268.001,81
- Beban/Pendapatan (Manfaat) Pajak Tangguhan	(555.078.648,25)	276.900.611,57
	<u>Rp 1.876.256.552,75</u>	<u>Rp 3.293.158.613,38</u>

50. PERJANJIAN PINJAMAN

Perusahaan memperoleh pinjaman dari beberapa bank dengan tujuan untuk modal kerja, investasi dan juga pinjaman dalam bentuk chaneling untuk modal kerja, dengan perincian sebagai berikut :

P T. PRIMA KARYA MANUNGGAL
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
 Per 31 Desember 2015 dan 2014

41 BIAYA PENJUALAN

	2015	2014
	Rp	Rp
Akun ini terdiri dari:		
By Penjualan Semen	3.060.769.100	2.752.793.696
By Penjualan Industri Ready Mix	2.327.432.267	2.101.948.899
By Penjualan Jasa Transport	968.100.194	735.119.447
By Penjualan Usaha Sipil	126.499.212	311.835.362
By Penjualan Usaha Workshop	970.314.120	1.069.699.896
By Penjualan Usaha Tambang	<u>315.840.021</u>	<u>250.881.395</u>
Jumlah	<u>7.768.954.913</u>	<u>7.222.278.695</u>

42 BIAYA ADMINISTRASI UMUM

	2015	2014
	Rp	Rp
Akun ini terdiri dari:		
By Kerugian Piutang Tak Tertagih	1.073.876.485	
By Bahan Bakar & Pelumas	271.661.584	233.679.072
By Listrik, Air & Telepon	210.235.233	146.919.644
By Pemeliharaan Aset Tetap	1.464.598.204	250.761.549
By Gaji & Tunjangan	12.492.301.446	11.317.094.842
By Upah & Honor	180.000.000	180.130.466
By Pasca Kerja Karyawan	263.242.748	1.104.582.577
By Sewa Kantor & Kendaraan	1.545.957.250	226.350.000
By Sertifikasi & Asuransi	1.009.542.916	285.795.634
By Operasional Supporting	1.329.820.566	1.497.080.820
By Keperluan Kantor	1.205.873.827	1.195.898.567
By Pengurusan	6.000.000	18.800.000
By Perjalanan Dinas	405.765.818	483.256.695
By Rapat Supporting	1.215.145.220	1.641.367.350
By Pembinaan Karyawan	489.867.340	457.738.825
By Pembinaan Lingkungan	496.449.250	350.901.245
By Penelitian & Pengembangan	305.585.000	453.582.025
By Promosi Perusahaan	225.665.930	111.840.280
By Pengobatan Karyawan	424.258.948	1.494.167.398
By Penyusutan	75.177.669	136.620.499
Jumlah	<u>24.691.025.434</u>	<u>21.586.568.486</u>

43 PENDAPATAN LAIN-LAIN

	2015	2014
	Rp	Rp
Akun ini terdiri dari:		
Pendapatan Bunga Bank	26.083.723	4.191.781
Keuntungan Selisih Kurs	9.433.344	957.507
Pendapatan Dividen	1.470.123.437	810.917.000
Pemulihan atas Tagihan Piutang Usaha	-	780.534.914
Pendapatan Lainnya	<u>230.550.687</u>	<u>688.163.619</u>
Jumlah	<u>1.736.191.191</u>	<u>2.284.764.821</u>

41. BIAYA PENJUALAN

Rincian biaya penjualan :

	31 Des 2016	31 Des 2015
Biaya Penjualan Semen	2.019.497.020,19	3.060.769.100,00
Biaya Penjualan Ready Mix	2.442.574.931,26	2.327.432.267,00
Biaya Penjualan Jasa Transport	778.743.162,37	968.100.194,00
Biaya Penjualan Usaha Sipil	202.977.760,30	126.499.212,00
Biaya Penjualan Workshop	1.729.548.671,29	970.314.120,00
*Biaya Penjualan Tambang	197.475.636,16	315.840.021,00
Jumlah Biaya Penjualan	7.370.817.181,57	7.768.954.913,00

42. BIAYA ADMINISTRASI UMUM

Rincian biaya administrasi dan umum :

	31 Des 2016	31 Des 2015
Biaya Kerugian Piutang Tak Tertagih	1.141.418.851,45	1.073.876.485,00
Biaya Bahan Bakar dan Pelumas	263.179.437,81	271.661.584,00
Biaya Listrik, Air dan Telepon	150.184.219,00	210.235.233,00
Biaya Pemeliharaan Aset Tetap	2.266.597.047,15	1.464.598.204,00
Biaya Gaji dan Tunjangan	12.445.742.463,53	12.492.301.446,00
Koreksi Penghasilan Tenaga Kerja (-)	2.015.274,00	-
Biaya Upah dan Honor	180.000.000,00	180.000.000,00
Biaya Pasca Kerja dan Karyawan	358.581.148,55	263.242.748,00
Biaya Sewa Kantor dan Kendaraan	425.403.125,00	1.545.957.250,00
Biaya Sertifikasi dan Asuransi	454.855.177,60	1.009.542.916,00
Biaya Operasional dan Supporting	2.286.428.705,10	1.329.820.566,00
Biaya Keperluan Kantor	2.067.816.637,11	1.205.873.827,00
Biaya Pengurusan	73.292.750,00	6.000.000,00
Biaya Perjalanan Dinas	519.102.565,00	405.765.818,00
Biaya Rapat Supporting	1.153.274.003,00	1.215.145.220,00
Biaya Pembinaan Karyawan	656.539.511,00	489.867.340,00
Biaya Pembinaan Lingkungan	469.059.130,00	496.449.250,00
Biaya Penelitian dan Pengembangan	861.694.054,00	305.585.000,00
Biaya Promosi Perusahaan	718.835.973,00	225.665.930,00
Biaya Pengobatan Karyawan	180.297.152,00	424.258.948,00
Biaya Penyusutan	241.840.691,33	75.177.869,00
Jumlah Biaya Administrasi dan Umum	26.916.157.915,63	24.691.025.434,00

PT. PRIMA KARYA MANUNGGAL
III. LAPORAN LABA RUGI
UNTUK TAHUN BERAKHIR 31 DESEMBER 2012 DAN 2011

(Dalam Rupiah)

	Catatan	TAHUN 2012	TAHUN 2011
PENDAPATAN OPERASIONAL -			
Penjualan Semen	26	144.868.843.339,53	58.243.999.711,53
Pengelolaan Depot	27	87.312.000,00	322.534.980,00
Industri Ready Mix	28	48.280.702.213,76	42.250.716.040,74
Jasa Transport	29	27.696.567.625,67	26.360.458.912,65
Usaha Sipil	30	11.373.679.772,77	7.205.601.567,82
Jasa Cleaning Service	31	1.379.847.408,00	1.379.847.408,00
Usaha Workshop	32	36.345.871.709,42	33.072.534.200,15
Usaha Tambang	33	145.635.000,00	-
JUMLAH PENDAPATAN OPERASIONAL		270.178.459.069,15	168.835.892.821,09
HARGA POKOK USAHA			
Harga Pokok Penjualan Semen	34	130.368.364.975,17	52.222.806.134,13
Harga Pokok Pengelolaan Depot	35	683.832.915,17	645.930.025,40
Harga Pokok Industri Ready Mix	36	42.249.837.725,10	34.789.492.120,79
Harga Pokok Jasa Transport	37	22.887.060.881,69	21.696.992.986,79
Harga Pokok Usaha Sipil	38	8.049.957.595,98	4.520.315.997,68
Harga Pokok Jasa Cleaning Service	39	950.809.499,61	851.354.764,71
Harga Pokok Usaha Workshop	40	27.535.700.897,65	23.517.871.067,76
Harga Pokok Usaha Tambang	41	36.642.020,39	-
JUMLAH HARGA POKOK USAHA		232.742.206.310,75	138.234.765.096,26
LABA KOTOR		37.436.252.758,40	30.610.927.724,83
BIAYA USAHA			
Biaya Penjualan	42	4.429.327.370,94	3.972.187.006,60
Biaya Administrasi & Umum	43	17.903.482.180,17	17.177.578.468,54
JUMLAH BIAYA USAHA		22.332.809.551,11	21.149.764.377,10
LABA USAHA		15.103.443.207,29	9.461.163.347,73
PENDAPATAN (BIAYA) LAIN-LAIN			
Pendapatan Lain-Lain	44	664.234.075,28	506.472.047,40
Biaya Lain-Lain	45	(2.897.014.768,14)	(1.824.678.114,47)
JUMLAH PENDAPATAN (BIAYA) LAIN-LAIN		(2.232.780.692,86)	(1.318.206.067,07)
LABA SEBELUM PAJAK		12.870.662.514,43	8.142.957.280,66
BEBAN PAJAK	46	(3.293.168.613,38)	(3.188.900.641,23)
LABA BERSIH SETELAH PAJAK		9.577.503.901,05	4.956.056.639,43

*catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan
dari laporan keuangan secara keseluruhan*

PT. PRIMA KARYA MANUNGGAL
LAPORAN LABA RUGI
 Untuk Tahun yang Berakhir 31 Desember 2013
 (Dengan Perbandingan Angka-Angka Tahun 2012)

URAIAN	Catatan	Thn.2013 (Rp)	Thn.2012 (Rp)
PENDAPATAN OPERASIONAL			
Penjualan Semen	28	132.762.872.218,20	144.868.843.339,53
Pengelolaan Depot	29	0,00	87.312.000,00
Industri Ready Mix	30	57.854.127.864,17	48.280.702.213,78
Jasa Transport	31	26.051.353.539,45	27.698.567.625,67
Usaha Sipil	32	22.118.334.279,40	11.373.879.772,77
Jasa Cleaning Service	33	1.379.847.408,00	1.379.847.408,00
Usaha Workshop	34	54.937.658.390,01	36.345.871.709,42
Usaha Tambang	35	10.917.425.932,38	145.635.000,00
Jumlah Pendapatan Operasional		306.021.617.425,51	270.178.459.063,15
HARGA POKOK USAHA			
Harga Pokok Penjualan Semen	36	120.416.473.204,80	130.368.564.975,17
Harga Pokok Pengelolaan Depot	37	257.714.767,88	653.892.915,17
Harga Pokok Industri Ready Mix	38	56.614.477.598,87	42.288.479.745,48
Harga Pokok Jasa Transport	39	26.080.686.637,74	22.897.060.881,68
Harga Pokok Usaha Sipil	40	15.979.012.325,66	8.049.957.595,98
Harga Pokok Jasa Cleaning Service	41	954.141.340,92	950.806.499,81
Harga Pokok Usaha Workshop	42	32.088.412.875,60	27.535.700.697,65
Harga Pokok Usaha Batu Kapur	43	8.249.198.641,96	0,00
Harga Pokok Usaha Tambang Clay	44	239.386.680,00	0,00
Jumlah Harga Pokok Usaha		263.879.602.073,23	232.742.206.310,76
LABA KOTOR			
		42.142.115.356,38	37.436.252.758,40
BEBAN USAHA			
Biaya Penjualan	45	6.529.884.303,30	4.428.327.370,84
Biaya Administrasi & Umum	46	20.904.721.033,44	17.903.482.180,17
Jumlah Beban Usaha		27.434.705.336,74	22.332.809.551,11
LABA USAHA			
		14.707.410.019,64	15.103.443.207,29
PENDAPATAN (BEBAN) LAIN-LAIN			
Pendapatan Lain-Lain	47	1.622.626.183,27	664.234.075,28
Beban Lain-Lain	48	(4.865.098.342,07)	(2.897.014.768,14)
Jumlah Pendapatan (Beban) Lain-Lain		(3.242.472.158,80)	(2.232.780.692,86)
LABA SEBELUM PAJAK			
		11.464.937.860,84	12.870.662.514,43
BEBAN PAJAK			
	49	(1.876.256.552,75)	(3.293.158.613,38)
LABA BERSIH SETELAH PAJAK			
		9.588.681.308,09	9.577.503.901,05

Lihat Catatan atas Laporan Keuangan Pokok yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan secara keseluruhan

P T. PRIMA KARYA MANUNGGAL
LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF
 Untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2015 dan 2014

URAIAN	CATATAN	Periode 2015 (Rp)	Periode 2014 (Rp)
PENDAPATAN			
Penjualan Semen	27,2k	76.324.654.492	112.084.770.028
Penjualan Ready Mix	28,2k	79.681.614.048	75.885.502.352
Pendapatan Jasa Transport	29,2k	23.188.637.667	23.254.337.318
Pendapatan Usaha Sipil	30,2k	6.734.788.002	10.331.311.829
Pendapatan Jasa Cleaning Service	31,2k	1.242.195.329	948.160.550
Pendapatan Usaha Workshop	32,2k	62.890.714.851	58.244.150.550
Pendapatan Usaha Tambang	33,2k	8.029.244.603	8.739.571.215
Total Pendapatan		258.091.848.992	289.487.803.842
HARGA POKOK USAHA			
HPP Penjualan Semen	34,2k	69.996.585.295	104.075.145.074
HPP Penjualan Industry Ready Mix	35,2k	66.727.889.979	62.190.905.524
Harga Pokok Jasa Transport	36,2k	20.831.641.433	21.237.224.289
Harga Pokok Usaha Sipil	37,2k	7.058.998.819	6.180.329.707
Harga Pokok Jasa Cleaning Service	38,2k	890.156.112	749.426.323
Harga Pokok Work Shop	49,2k	42.413.216.620	42.062.772.061
Harga Pokok Tambang	40,2k	9.298.857.055	11.896.484.247
Total Harga Pokok		217.217.345.313	248.392.287.224
Laba (Rugi) Kotor		40.874.503.679	41.095.516.618
BEBAN USAHA			
Biaya Penjualan	41,2k	7.768.954.913	7.222.278.695
Biaya Administrasi dan Umum	42,2k	24.691.025.434	21.586.568.486
Jumlah Beban Usaha		32.459.980.347	28.808.847.181
Laba (Rugi) Usaha		8.414.523.333	12.286.669.437
PENDAPATAN/(BEBAN) LAIN-LAIN :			
Pendapatan Lain-lain	43,2k	1.736.191.191	2.284.764.821
Beban lain-lain	44,2k	6.325.431.672	6.339.281.972
Jumlah Pendapatan/(Beban) Lain-lain		(4.589.240.481)	(4.054.517.152)
Laba (rugi) Sebelum Pajak Penghasilan		3.825.282.852	8.232.152.286
Taksiran (Beban) Manfaat Pajak Penghasilan			
Pajak Kini	45,17a	(1.502.449.665)	(1.186.910.393)
Pajak Tangguhan	45,17b	344.522.903	120.342.638
LABA (RUGI) BERSIH		2.667.356.090	7.165.584.530

Lihat catatan atas laporan keuangan yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan secara keseluruhan

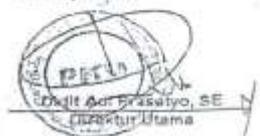
PT. PRIMA KARYA MANUNGGAL
III. LABA RUGI KOMPREHENSIF
UNTUK PERIODE BERAKHIR 31 DESEMBER 2016 DAN 2015

(Dalam Rupiah)

	Catatan	TAHUN 2016 (Audited)	TAHUN 2015 (Audited)
PENDAPATAN			
Pendapatan Semen	27,2k	79.342.206.845,46	76.324.654.491,00
Pejualan Ready Mix	28,2k	50.987.884.734,99	79.661.614.048,00
Pendapatan Jasa Transport	29,2k	22.052.816.232,20	23.188.637.667,00
Pendapatan Usaha Sipil	30,2k	8.825.627.996,19	6.734.788.002,00
Pendapatan Jasa Cleaning Service	31,2k	1.324.315.776,50	1.242.195.329,00
Pendapatan Usaha Workshop	32,2k	61.841.373.218,58	62.890.714.851,00
Pendapatan Usaha Tambang	33,2k	2.513.753.829,00	8.029.244.603,00
JUMLAH PENDAPATAN		226.888.980.832,92	256.091.848.991,00
HARGA POKOK USAHA			
HPP Penjualan Semen	34,2k	72.797.861.358,59	69.998.585.295,00
HPP Penjualan Industry Ready Mix	35,2k	45.845.866.393,68	66.727.869.979,00
Harga Pokok Jasa Transport	36,2k	20.168.769.119,44	20.831.641.433,00
Harga Pokok Usaha Sipil	37,2k	5.413.665.346,24	7.058.998.818,00
Harga Pokok Jasa Cleaning Service	38,2k	952.378.538,11	890.166.112,00
Harga Pokok Workshop	39,2k	33.234.302.737,60	42.413.216.820,00
Harga Pokok Tambang	40,2k	5.923.461.159,76	9.298.887.055,00
JUMLAH HARGA POKOK		184.336.324.653,42	217.217.346.312,00
LABA (RUGI) KOTOR		42.552.655.979,50	40.874.503.679,00
BEBAN USAHA			
Biaya Penjualan	41,2k	7.370.817.181,57	7.768.954.913,00
Biaya Administrasi dan Umum	42,2k	26.916.157.915,63	24.691.025.434,00
JUMLAH BEBAN USAHA		34.286.975.097,20	32.459.980.347,00
LABA (RUGI) USAHA		8.265.680.882,30	8.414.523.333,00
PENDAPATAN / (BEBAN) LAIN-LAIN			
Pendapatan Lain-Lain	43,2k	1.671.115.629,04	1.736.191.191,00
Beban Lain-Lain	44,2k	5.175.921.528,01	5.325.431.872,00
JUMLAH PENDAPATAN / (BEBAN) LAIN-LAIN		(3.504.805.898,97)	(4.589.240.681,00)
LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK PENGHASILAN		4.760.874.983,33	3.825.282.652,00
TAKSIRAN (BEBAN) MANFAAT PAJAK PENGHASILAN			
Pajak Kini	45,17a	612.296.611,00	1.592.448.665,00
Pajak Tanggihan	45,17b	(371.367.356,50)	(344.522.903,00)
LABA (RUGI) BERSIH		4.319.935.528,83	2.667.356.090,00

*catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan
dari laporan keuangan secara keseluruhan*

Pangkep, 31 Januari 2017
Disetujui oleh,


Dwi Adi Prasetyo, SE
Direktur Utama

UNIVERSITAS MUSLIM MAROS

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kampus 1 Jalan Dr. Sukabeng No. 42 Maros, Sulawesi Selatan, Telp. (0411) 899018

e-mail: lappp@ummaros.ac.id / lappp@umma.ac.id / lappp@umma.ac.id / lappp@umma.ac.id / lappp@umma.ac.id

Kampus 2 Jalan Kuku - Panakkajene di ex Kabupaten Kepulauan Kecamatan Lela Kabupaten Maros



وَسَلَامٌ عَلَيْكُمْ

Maros, 21 April 2018

Nomor : 138 /LLPM-UMMA/TV/2018
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Perihal : Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian

Kepada Yth.
Pimpinan PT. Prima Karya Manunggal
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muslim Maros (FEB-UMMA) tahun akademik 2017/2018, maka kami mohon kiranya Bapak dapat memberikan rekomendasi izin penelitian kepada mahasiswa kami pada lokasi sebagaimana tercantum dalam proposal terlampir (Bidang Manajemen).

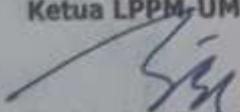
Adapun data diri mahasiswa tersebut, yaitu:

Nama : Siti Aisyah
NIM : 1460302042
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Keuangan
Lokasi Penelitian : PT. Prima Karya Manunggal
Judul Penelitian : Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Perolehan Laba Pada PT. Prima Karya Manunggal

Demikian Permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ketua LPPM-UMMA


Dr. Hj. Suhartina R. S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0914017001

Tembusan Kepada Yth.

1. Biro Administrasi Akademik UMMA
2. Dekan FEB UMMA
3. Yang bersangkutan
4. Peringgal



PT. Prima Karya Manunggal

Perdagangan - Transportasi - Jasa Konstruksi - Jasa Pertambangan - Ready Mix - Work Shop - Pengembang

No : 32/SDM/PKM/16.00/12-2017

Bontoa, 04 Desember 2017

Lamp : 1 (satu) Set

Hal : Penerimaan Pra Penelitian

Kepada Yth.

STIM YAPIM

Jl. Dr. Ratulangi No. 62, Telp. (0411) 372161

Di-

Maros

Dengan hormat,

Menindaklanjuti Surat Permohonan Izin Pra Penelitian No. 035/PP/LPPM-STIM-YAPIM/X/2017 tanggal, 22 Oktober 2017 dengan ini kami sampaikan bahwa untuk mahasiswa atas nama :

No.	Nama	Nim	Jurusan
1	Siti Aisyah	1460302042	Manajemen Keuangan
2	Rahmawati	1460302005	Manajemen Keuangan
3	Sukmawati	1460302006	Manajemen Keuangan
4	Irfan	1460302007	Manajemen Keuangan

Dapat diterima untuk melaksanakan pra penelitian, pelaksanaan pra penelitian dimulai tanggal 06 Desember 2017 s/d 29 Desember 2017. Adapun ketentuan mengenai penelitian adalah sebagai berikut:

- Mahasiswa harus mengikuti aturan perusahaan baik aturan tertulis maupun tidak tertulis yang berlaku dan jika terbukti melakukan pelanggaran, maka mahasiswa akan di kembalikan sebelum penelitian berakhir.
- Akomodasi dan transportasi selama pelaksanaan penelitian tidak disiapkan oleh perusahaan.
- Mahasiswa harus dilengkapi dengan asuransi selama melaksanakan penelitian di perusahaan kami.

Demikian surat ini sebagai bahan selanjutnya, terima kasih.

PT. Prima Karya Manunggal
Divisi SDM & Umum



Andi Halid, SE
Kepala

YAYASAN PERGURUAN ISLAM MAROS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Kampus 1 : Jl. Dr. Ratulangi No. 62 Maros Sulawesi Selatan, telp. (0411) 8938018 e-mail: ummayapim2015@gmail.com Kode pos 90511
Kampus 2 : Jalan Poros-Pammelakkang Je'ne Kelurahan Allepolea Kecamatan Lau Kabupaten Maros

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DATA PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : SITI AISYAH
NIM : 14 60302 042
Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Keuangan
Alamat : Siloro Desa Mangilu Kab. Pangkep

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa data penelitian yang saya ajukan untuk diujikan, dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Maros (FEB UMMA) adalah BENAR bebas dari PLAGIAT, dan apabila ditemukan data yang saya ajukan tidak benar maka saya bersedia diberikan sanksi administratif, akademik dan hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Maros, 21 Juli 2018

Yang membuat pernyataan



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama **SITI AISYAH**, lahir di kota Bandung Provinsi Jawa Barat pada tanggal 17 Februari 1995, anak kedua dari 3 (tiga) bersaudara dari pasangan Bapak Caca Rukmana dan Ibu Oting. Bertempat tinggal di Jl. Poros Tonasa II Siloro Desa Mangilu Kecamatan Bungoro Kabupaten Pangkep. Pernah menempuh pendidikan di :

1. Jenjang Sekolah Dasar, penulis menempuh pendidikan di SD Negeri 13 Siloro dan tamat pada tahun 2007.
2. Jenjang Sekolah Menengah Pertama, penulis menempuh di pendidikan di SMP Negeri 2 Bungoro dan tamat pada tahun 2010.
3. Jenjang Sekolah Menengah Atas, penulis menempuh pendidikan di SMK Negeri 1 Bungoro dan tamat pada tahun 2013.
4. Terdaftar sebagai Mahasiswi pada jurusan Manajemen Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros 2014 dengan nomor induk 1460302042.