

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP NILAI PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.**

(Studi Kasus pada PT. Mayora Indah Tbk.
Tahun 2012-2016)

SKRIPSI

**HARDIANTI
NIM : 1460302207**



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

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP NILAI PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.**

(Studi Kasus pada PT. Mayora Indah Tbk
Tahun 2012-2016)

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna melakukan penelitian

HARDIANTI
NIM: 1460302207

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

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia"

Nama Mahasiswa : **HARDIANTI**

Nomor Induk Mahasiswa : 1460302207

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

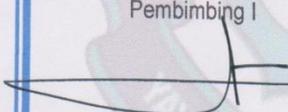
Program Studi : Manajemen Keuangan

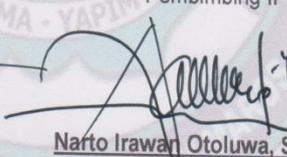
Setelah diteliti dan diperiksa ulang, Maka Skripsi ini telah memenuhi syarat untuk disetujui.

Maros, 23 Juli 2018

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Dahlan, SE., MM.


Narto Irawan Otoluwa, SE., MM.

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros




Dr. Dahlan, SE., MM.

HALAMAN PENGESAHAN

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

Judul Skripsi : **"Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia"**

Nama Mahasiswa : **HARDIANTI**

Nomor Induk Mahasiswa : **1460302207**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Program Studi : **Manajemen**

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 sebagaimana syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Penguji:

Ketua : **Dr. Muhammad Nasrum, SE., M.Si.**

Anggota : **1. Dr. Hj. Mulyahati Renreng, SE., M.Si**

2. Abd. Azis Pata, SE., M.Si.

3. Ibriati Kartika Alimuddin, SE., MM.

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena rahmat dan hidayah-Nyalah, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Pada PT. Mayora Indah Tahun 2012-2016”**. Salawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang membawa manusia dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama yang ikhlas dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pencapaian tugas akhir ini tidak terlepas dari jasa-jasa orang tua penulis. Ungkapan terima kasih yang tulus penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta **ayahanda Muhdin** dan **Ibunda Hj. Muliati** atas doa yang telah mencurahkan segenap kasih sayang yang tak terbatas serta segala bentuk motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan sampai di tingkat perguruan tinggi. ucapan terima kasih kepada saudaraku tersayang **Nini Khaerani**. terima kasih atas dukungan, Motivasi dan kesabaran dalam menghadapi penulis, serta untuk seluruh keluarga besarku yang telah

memberikan support dan doa demi kelancaran penelitian ini. Kalian adalah hal terindah dalam hidupku.

Pada kesempatan ini pula, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak **Dr. H. M. Ikram Idrus, SE., MS** selaku ketua Yayasan Universitas Muslim Maros.
2. Ibu **Prof . Nurul Ilmi Idrus Msc., Phd**, selaku Rektor Universitas Muslim Maros (UMMA)
3. Bapak **Dr. Dahlan, S.E., M.M**, selaku Dekan FEB Universitas Muslim Maros (UMMA)
4. Ibu **Nur Pratiwi, S.E., M.Sc** selaku ketua jurusan program studi manajemen FEB Universitas Muslim Maros (UMMA) dan juga selaku pembimbing I Bapak **Dr. Dahlan, S.E., M.M.** dan Bapak **Narto Irawan Otoluwa S.E., M.M** selaku pembimbing II. Terima kasih atas waktu, tenaga, ilmu, nasehat serta bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Ibu **Yuni Nuardi Tasmita SE,. MM., AK., M.si., CA.**, selaku Penasihat Akademik penulis selama menempuh perkuliahan. Para dosen pengajar Jurusan FEB Universitas Muslim Maros atas bimbingan, arahan, didikan, dan motivasi yang diberikan selama penulisan skripsi
6. Teman – Temanku **Rahmawati ,Melinda, Fajarianti sama Dan Agus Mawati** yang selalu bersama dalam suka maupun duka. Thanks buat

segala bantuan & motivasinya selama ini, kebersamaan dengan kalian selama kurang lebih 4 tahun tidak akan terlupa.

Dan kepada rekan, sahabat, saudara dan berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapkan banyak terimakasih atas setiap bantuan dan doa yang diberikan. Semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan kalian. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis berharap skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Maros, 7 Juli 2018

Hardianti

ABSTRAK

HARDIANTI. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan pada PT. Mayora Indah Tbk. yang terdaftar di bursa efek Indonesia (dibimbing oleh Dahlan dan Narto Irawan Otoluwa.)*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan data yang digunakan adalah data sekunder populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan laporan Keuangan PT. Mayora Indah Tbk yang Terdaftar Di bursa efek Indonesia Pada tahun 2012-2016. Sampel hanya satu perusahaan yaitu pada PT. Mayora Indah Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap nilai penjualan

Kata kunci : Biaya promosi terhadap nilai penjualan

ABSRAK

HARDIANTI. The Influence of Promotion Cost on Sales Value at PT. Mayora Indah Tbk. which are listed in Indonesian securities (guided by Dahlan and Narto Irawan Otoluwa.)

This study aims to determine the Influence of Promotion Cost Against Value Sales data used is data sekunder population in this study is the overall financial statements of PT. Mayora Indah Tbk Listed In Indonesia Stock Exchange In 2012-2016. Sample only one company that is at PT. Mayora Indah Tbk. Listed In Indonesia Stock Exchange.

The results of this study indicate that promotion costs have a positive and significant impact on sales value

Keywords: Promotion cost to sales value.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK DALAM BAHASA INDONESIA.....	vii
ABSTRAK DALAM BAHASA INGGRIS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teoris	9
B. Pengertian biaya promosi	10
C. Tujuan promosi	11
D. Bentuk – bentuk promosi	12
E. Nilai penjualan	14
F. Faktor – faktor yang mempengaruhi nilai penjualan	15
G. Fungsi dari nilai penjualan	16
H. Penelitian Terdahulu	18
I. Kerangka Pikir	19
J. Hipotesis	20
BAB III. METODE PENELITIAN.....	21
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	21
B. Jenis Dan Sumber Data.....	21
C. Tehnik Pengumpulan Data	22
D. Populasi Dan Sampel	22
E. Metode Analisis Data.....	23
F. Definisi Operasional Variabel.....	25
BAB IV. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN	27
A. Sejarah perusahaan	27
B. Sumber daya Perusahaan	33
C. Struktur Organisasi Perusahaan.....	35

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Deskripsi Data	40
B. Analisis Regresi linear Sederhana	42
C. Pembahasan.....	45
BAB VI. PENUTUP.....	47
A. Simpulan.....	47
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pikir	19
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	35

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Tabel 1.1 Interpretasi koefisien korelasi	24
2. Tabel 1.2 Perkembangan Biaya Promosi	40
3. Tabel 1.3 Perkembangan Nilai Penjualan	41
4. Tabel 1.4 <i>Coefficients regresi</i> linear dengan menggunakan <i>SPSS</i>	42
5. Tabel 1.5 Interpretasi koefisien korelasi	43
6. Tabel 1.6 Statistik <i>SPSS Model Summary</i>	44

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang beragam bentuk usahanya yang menandakan bahwa dunia usaha semakin maju. Dalam mengembangkan usahanya suatu perusahaan harus juga memperhatikan unsur-unsur penting dalam manajemen pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi.

Pemasaran merupakan bagian penting dalam manajemen perusahaan, tanpa strategi pemasaran yang tepat dan baik, maka produk akan sulit dikenal dan dijual. Media pemasaran suatu produk pun banyak jenis dan metodenya. Iklan di media massa, spanduk dan papan nama merupakan bagian promosi sebagai strategi pemasaran. Semakin tinggi tingkat persaingan, mengakibatkan setiap perusahaan saling berebut dalam mempertahankan konsumen. Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut.

Promosi memerlukan lebih banyak dari pada sekedar memperkenalkan keunggulan-keunggulan produk, dan harga yang menarik, serta membuatnya dapat terjangkau, akan tetapi kegiatan promosi dimaksudkan untuk dapat melakukan komunikasi dengan konsumen, memperkenalkan, membujuk, mempengaruhi dan mendorong

konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan serta dapat juga digunakan untuk membangun citra perusahaan dimata konsumen.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama-sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugasnya. Beberapa tugas khusus itu sering disebut bauran promosi (*promotion mix*) antara lain Periklanan, *Personal selling*, Promosi penjualan, *Public Relations*, dan *Direct Marketing* . Suatu perencanaan dalam mencapai tujuan dalam perusahaan sangat memperhatikan keberlangsungan Nilai penjualannya karena hal itu merupakan aspek penting dalam kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang .

Nilai penjualan adalah Nilai hasil pendapatan dari keseluruhan barang atau produk menurut bentuk dan jenisnya dari perusahaan yang dijual dalam waktu periode tertentu. Menurut sigit Winartodan sujana ismaya (2003:380), penjualan adalah transaksi yang melibatkan pengiriman atau penyerahan produk; hak atau jasa dalam pertukaran untuk penerimaan kas, janji pembayaran atau yang dapat disamakan dengan atau kombinasinya. Perusahaan produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi

kebutuhan orang atau perusahaan yang menjalankan suatu proses produksi disebut produsen.

Pada dasarnya perusahaan akan selalu berusaha untuk mampu berkembang serta mampu bersaing untuk mencapai tujuan perusahaan. Begitu pula halnya pada PT. Mayora Indah Tbk. Yang terdaftar di (BEI) adalah perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang produksi makanan dan minuman. Saat ini, Mayora menjalankan bidang usaha industri biskuit (*Roma, Danisa, Royal Choice, Better, Muuch Better, Slai O Lai, Sari Gandum, Sari Gandum Sandwich, Coffejoy, Chees'kress.*), kembang gula (*Kopiko, KIS, Tamarin dan Juizy Milk*), wafer (*beng beng, Astor, Roma*), coklat (*Choki-choki*), kopi (*Torabika dan Kopiko*) dan makanan kesehatan (*Energen*) serta menjual produknya di pasar lokal dan luar negeri. Dengan inovasi – inovasi terbaru yang dilakukan perusahaan semakin memperkuat posisi mayora di pasar global. Terbukti bahwa produk – produk mayora tidak hanya mampu memenuhi yang ada di dalam negeri saja, namun telah menjangkau konsumen luar negeri bahkan hamper menyebar diseluruh dunia.

PT. Mayora Indah Tbk dalam menjalankan usahanya selalu menggunakan bahan baku berasal dari dalam negeri, hal ini juga membantu para petani Indonesia yang biasanya menghasilkan bahan baku seperti sagu, tepung, coklat jagung, padi serta bahan baku rempah – rempah. PT. Mayora Indah .Tbk telah memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham PT.

Mayora Indah Tbk (IPO) kepada masyarakat sebanyak 3.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- persaham dengan harga penawaran Rp9.300,- persaham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Untuk lebih mengenalkan hasil produksi perusahaan PT. Mayora Indah Tbk. melakukan promosi melalui beberapa media dan secara aktif mendirikan stand di berbagai daerah dan di berbagai kegiatan yang sekiranya dapat menarik minat konsumen terhadap hasil produksi perusahaan. Media yang di gunakan oleh PT. Mayora Indah Tbk. antara lain, berita acara, video, foto dan iklan. Akan tetapi iklan yang dilakukan sangat minim karena biaya promosi yang kurang memadai mengakibatkan promosi produk perusahaan kurang efektif, sehingga nilai penjualan produk tidak mengalami perkembangan yang signifikan atau malah akan mengalami penurunan secara drastis.

Berdasarkan Hasil peniitian N.Dane,lpg. dkk pada tahun (2013). Menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap nilai penjualan pada UD.Kopi Bali Banyuatis

Berdasarkan penelitian Aswin dan Syaharuddin pada tahun (2015) menunjukkan hasil bahwa biaya promosi dan pengaruhnya terhadap nilai penjualan dimana hasil penelitian yang telah dilakukan adanya pengaruh pada volume promosi penjualan telah mengalami peningkatan penjualan hal ini dapat meningkatkan nilai penjualan yaitu kualitas perumahan yang baik, nyaman serta aman. Ini dikarenakan terlaksananya kegiatan

promosi secara optimal yang tentunya didukung oleh biaya yang memadai”.

Berdasarkan latar belakang yang telah di Uraikan di atas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul yaitu: **“Pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan pada PT. Mayora Indah Tbk. (BEI)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut maka yang menjadi pokok masalah pada penelitian ini adalah Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap nilai penjualan pada PT. Mayora Indah Tbk Yang Terdaftar Bursa Efek Indonesia ?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan pada PT. Mayora Indah Tbk Yang Terdaftar Bursa Efek Indonesia.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis :

- a. Dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan.
- b. Dapat mengubah pola pikir kita untuk lebih kritis dan analitis dalam menghadapi masalah yang terjadi di dunia pemasaran.

2. Manfaat Praktis :

- a. Menambah bahan informasi yang mungkin dapat digunakan bagi pihak manajemen pemasaran perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi selanjutnya.
- b. Memberikan ide-ide atau informasi lainnya yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pihak manajemen pemasaran perusahaan dalam menerapkan strategi promosi dalam usaha meningkatkan nilai penjualan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pada kemampuan dalam mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut. Agar perusahaan berjalan dengan lancar

Menurut Stanton (2006: 11), pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik dalam pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut William J Stanton, (2000: 35) "Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial (Swastha dan Irawan, 2002 : 15)".

Berdasarkan definisi di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran itu merupakan suatu system keseluruhan kegiatan yang terpadu

B. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi empat besar pembentuk inti pemasaran sebuah perusahaan sesuai dengan definisi berikut ini “*Marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi (Lupiyoadi, 2001: 61).

Keempat unsur yang ada dalam kombinasi *Marketing mix* tersebut saling berhubungan. Melihat dari sekian banyak variabel, manajemen harus memilih kombinasi terbaik yang dapat menyesuaikan dengan lingkungan. Secara ringkas akan dibahas mengenai produk, harga, tempat dan promosi sebagai berikut :

- a. *Product* (produk) adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli atau dikonsumsi. Produk dapat terdiri dari *product variety, quality, design, feature, brand name, packaging, sizes, services, warranties, and returns*.
- b. *Price* (harga), yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hal milik produk. Harga meliputi *last price, discount, allowance, payment period, credit terms, and retail price*.

- c. *Place* (tempat), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi antara lain *channels, coverage, assortments, locations, inventory, and transport*.
- d. *Promotion* (promosi), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Variabel promosi meliputi antara lain *sales promotion, advertising, sales force, public relation, and direct marketing*. variabel promosi atau yang lazim disebut bauran komunikasi pemasaran (Kotler, 2008) : 12)
- 1) *Advertising*, yaitu semua bentuk presentasi non personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.
 - 2) *Sales promotion*, yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk dan jasa.
 - 3) *Public relations and publicity*, yaitu berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan. Personal selling, yaitu interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.
 - 4) *Direct marketing*, yaitu melakukan komunikasi pemasaran secara langsung untuk mendapatkan respon dari pelanggan dan calon

tertentu, yang dapat dilakukan dengan menggunakan surat, telepon, dan alat penghubung non personal lain.

A. Pengertian biaya Promosi

Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk-produk yang diproduksi baik berupa barang maupun jasa atau “promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, memaksa, mendesak, membujuk dan meyakinkan”. “Menurut Basu istilah promosi dapat diartikan sebagai berikut :

1. Dalam pemasaran promosi adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran
2. Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan Menurut Jerome dan Carthy “Promosi adalah penyampaian informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku pembeli”

Menurut Sigit (2002:53) “Promosi penjualan adalah setiap bentuk komunikasi yang digunakan oleh perusahaan (pemasar) untuk memberitahukan (informasi), membujuk, atau mengingatkan orang

mengenai produk, jasa, bayangan (*image*), gagasan (*ide*) atau keterlibatan perusahaan dan masyarakat dengan maksud agar dapat menerima dan melakukan perbuatan sebagaimana yang dikehendaki oleh perusahaan (pemasar)".

Berdasarkan definisi di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa promosi adalah kegiatan yang terencana untuk merangsang atau membujuk, memberi informasi kepada konsumen agar mau bergerak untuk membeli. Hanya digunakan dalam jangka pendek sehingga dapat mendongkrak atau meningkatkan hasil penjualan.

B. Tujuan Promosi

Tujuan promosi hendaknya disesuaikan dengan tingkatan pengetahuan yang dimiliki pelanggan. Menurut Freddy Rangkuti (2009:28), terdapat tiga tujuan promosi yaitu sebagai berikut:

3. Memberikan Informasi Tujuan memberikan informasi digunakan apabila kita akan mendidik pelanggan (misalnya produk yang kita luncurkan menggunakan teknologi yang belum biasa dikenal oleh pelanggan) atau produk dan jasa yang kita perkenalkan tersebut menggunakan konsep baru, misalnya pertama dalam kategorinya atau penyempurnaan dari kategori sebelumnya.
4. Mengubah Sikap dan Keyakinan atau Perasaan Tujuan promosi untuk mengubah sikap dan keyakinan atau perasaan adalah dengan melakukan berbagai kegiatan komunikasi yang didasarkan dari hasil

pengujian laboratorium, *blind test*, serta berbagai hasil survei yang dilakukan terhadap sejumlah responden

5. Menstimulasi agar pelanggan melakukan pembelian Dampak promosi yang bertujuan untuk membangkitkan keinginan atau merangsang pembelian adalah pelanggan merasa yakin sehingga mau melakukan pembelian. Semakin banyak pelanggan yang melakukan pembelian maka volume penjualan suatu perusahaan akan meningkat pula. Kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan antara lain memberikan hadiah sampai batas tertentu, memberikan contoh produk, kupon, *door price*, program *trade-in*, dan sebagainya.

C. Bentuk- bentuk promosi

Bentuk-bentuk *promotional mix* menurut Rismiati dan Soeratno (2001:255) yaitu:

1. Periklanan

Periklanan merupakan bentuk lisan dan promosi non pribadi tentang ide, barang dan jasa yang dibayarkan oleh sponsor tertentu. Dalam periklanan produk, pemasang iklan menyatakan kepada pasar tentang produk yang ditawarkan. Periklanan produk ini dapat dibagi ke dalam:

2. Personal selling

Personal selling merupakan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.

3. Publisitas

Publisitas merupakan pemberitahuan secara komersial di media masa atau sponsor nonpribadi dengan tujuan untuk mendorong permintaan atas produk barang atau jasa atau ide perusahaan.

4. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasar selain periklanan, personal selling, dan publisitas yang mendorong pembelian barang oleh konsumen. Kegiatan promosi penjualan diantaranya pameran, peragaan, demonstrasi, dan lain-lain.

Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan rumus yang di gunakan oleh peneliti yaitu :

$$\text{Rumus : } Y = a + bX$$

Keterangan :

x = biaya promosi

y = nilai penjualan

a = konstanta

b = koefisien regresi

Selanjutnya untuk mengetahui nilai a dan b dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x - (\sum x)^2}$$

D. Nilai Penjualan

Menurut Swastha (2004:403) yaitu, “Penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain”.

Menurut Winarto dan Ismaya (2003:380), “Penjualan adalah transaksi yang melibatkan pengiriman atau penyerahan produk; hak atau jasa dalam pertukaran untuk penerimaan kas, janji pembayaran, atau yang dapat disamakan dengan uang atau kombinasinya”. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan oleh dua pihak untuk mencapai tujuan mendapatkan barang dan imbalan sebagai kontraprestasinya.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dinyatakan bahwa nilai penjualan adalah total dari hasil penjualan yang dicapai oleh perusahaan dari suatu kegiatan usaha dalam periode tertentu. Dengan demikian kegunaan nilai penjualan adalah sebagai pernyataan dalam perhitungan keuntungan.” Penjualan adalah suatu usaha untuk membujuk konsumen agar mau membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang sesuai dengan apa yang pasar inginkan sehingga perundingan, persetujuan harga dan serah terima barang dapat diselesaikan dengan baik antara penjual dengan konsumen”.

Adanya sistem penjualan bagi perusahaan-perusahaan dapat membantu mengembangkan laba dan daya prsaingan perusahaan

dengan metode-metode tertentu yang di terapkan berbeda disetiap perusahaan. Dari penjualan tentu terdapat aturan-aturan tertentu yang wajib ditetapkan oleh perusahaan agar dapat mengurangi persaingan penjualan yang tidak sehat.

E. Faktor-faktor Mempengaruhi Nilai Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha dan Irawan (2008: 406), 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, 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 pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

3. Modal

Suatu perusahaan haruslah dapat memperkenalkan produk perusahaannya sehingga dapat dikenal oleh masyarakat. Memperkenalkan suatu produk diperlukan sarana serta usaha, seperti:

alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam dan di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilaksanakan apabila penjual memiliki modal yang memadai.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

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

5. Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.

F. Fungsi Dari Nilai Penjualan

Fungsi dari penjualan menurut basu swasta (2005 : 29), yaitu :

1. Menganalisis pasar

Dalam menganalisa pasar, termasuk juga mengadakan peramalan penjualan pada masa yang akan datang, mengetahui dan mengawasi para pesaing dan memperhatikan lingkungan social dan perekonomian.

2. Menentukan calon konsumen

Fungsi ini antara lain mencari pembeli potensial, menciptakan pesanan baru dari langganan yang ada dan mengetahui keinginan pasar.

3. Mengadakan komunikasi

Fungsi menitik beratkan pada membujuk atau mempengaruhi tetapi untuk memulai dan melangsungkan pembicaraan dengan langganan atau calon pembeli.

4. Mengadakan pelayanan

pelayanan yang diberikan kepada langganan dapat diwujudkan dalam bentuk konsultasi yang menyangkut keinginan dan masalah – masalah yang di hadapi langganan, memberikan pengantaran barang kerumah dan lain – lain.

5. Memajukan langganan

fungsi ini termasuk juga pemberian saran secara pribadi seperti saran tentang masalah pengawasan kebijaksanaan harga.

6. Mempertahankan masalah

mempertahankan langganan atau penjualan merupakan salah satu fungsi yang semata-mata ditujukan untuk menciptakan *good wil* serta mempertahankan hubungan baik dengan langganan.

7. Mendefinisikan masalah

Hal ini dilakukan dengan memperhatikan dan mengikuti permintaan konsumen ini berarti perusahaan harus mengadakan analisis tentang usaha-usaha konsumen sebagai sumber masalah.

8. Mengatasi masalah

mengatasi masalah merupakan fungsi menyeluruh yang pada dasarnya menyangkut fleksibilitas penemuan dan langganan. Jika suatu

masalah menentukan sumber-sumber dari berbagai perusahaan. Tenaga penjualan dapat di bentuk untuk memperolehnya, jadi tenaga penjualan dapat bertindak sebagai konsultan

G. Penelitian Terhadulu

1. N.Dane, lpg. dkk (2013: 11). Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan Produk pada UD. *Kopi Bali Banyuatis*, Singaraja ditemukan bahwa hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap nilai penjualan pada UD. *Kopi Bali Banyuatis*.
2. Harry Darmawan, Rini Lestari Dan Nurleli. (2015 : 80). Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan studi kasus pada showroom sanjaya motor dan Wg motor ditemukan bahwa hasil pengolahan data dan analisis regresi linier sederhana bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan pada showroom sanjaya dan Wg Motor.
3. Aswin dan Syaharuddin (2015 : 5). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah Pada Perumahan Grand Aroepala Di Makassar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Adanya pengaruh pada volume promosi penjualan telah mengalami peningkatan penjualan hal ini dikarenakan adanya beberapa hal yang dilaksanakan dalam meningkatkan nilai penjualan yaitu kualitas perumahan yang baik, nyaman serta aman. Ini dikarenakan

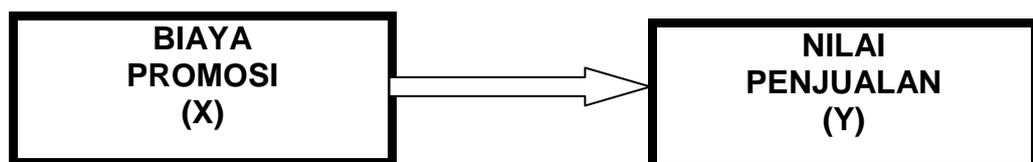
terlaksananya kegiatan promosi secara optimal yang tentunya didukung oleh biaya yang memadai.

H. Kerangka Pikir

Promosi merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang merupakan aspek yang sangat penting dalam manajemen perusahaan, karena dengan promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada PT. Mayora Indah Tbk. Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Kegiatan promosi ditujukan untuk mempengaruhi, membujuk, memperkenalkan produk (barang atau jasa) baik berdasarkan jenis, bentuk, warna, harga, kualitas dan manfaat dari produk yang di Tawarkan pihak perusahaan kepada masyarakat luas.

Dalam memperkenalkan produk (barang atau jasa) tersebut tidaklah terlepas dari biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan promosi tersebut. Biaya yang dikeluarkan oleh PT. Mayora indah Tbk. Yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI). Untuk mempromosikan produk (barang atau jasa) merupakan upaya untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 1.1. kerangka pikir

I. Hipotesis

Dari hasil penelitian terdahulu yang di paparkan di atas maka peneliti dapat menarik hipotesis bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap nilai penjualan PT. Mayora indah tbk. (BEI).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertempat pada kantor Bursa efek Indonesia yang beralamat di Jl. Ratulangi Makassar, Sulawesi selatan. Penelitian ini dilakukan selama kurung waktu 6 bulan yakni bermula dari awal Januari hingga Juni 2018.

B. Jenis dan sumber data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis data

- a. Data kuantitatif., yaitu data yang berupa angka – angka yang diperoleh dari dokumen –dokumen perusahaan berupa laporan biaya promosi dana nilai penjualan yang berkaitan, serta hasil analisis data
- b. Data kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara berupa gambaran umum perusahaan dan kebijakan – kebijakan perusahaan.

2. Sumber data

a. Data primer

Yaitu data yang dapat di olah dan di peroleh langsung dari perusahaan tempat penelitian berlangsung.

b. Data sekunder

Yaitu data data yang di peroleh melalui dokumen-dokumen dan bahan laporan lainnya, termasuk literature-literatur yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.

C. Tehnik pengumpulan data

Tehnik yang digunakan dalam pengumpulan data mengenai penelitian adalah sabagai berikut:

1. Observasi, peninjauan atau pengamatan langsung terhadap objek penelitian dengan meninjau secara langsung setiap perubahan kondisi perusahaan terhadap masalah-masalah yang di bahas.
2. Penelitian pustaka, yaitu pengumpulan data teoritis dengan menelaah berbagai buku literature dan bahan pustaka lainnya yang menyangkut dengan masalah yang di bahas.
3. Dokumentasi yaitu di peroleh dari dokumen – dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan baik itu berupa catatan transip dan lain-lain

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini objek di teliti adalah adalah PT. mayora Indah Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. dalam penelitian populasi yang digunakan yaitu dokumen laporan keuangan selama tahun 2012-2016

2. Sampel

Dalam penelitian tidak menggunakan sampel karena sifat dan penelitian merupakan studi kasus sehingga data yang di peroleh hanya dari satu perusahaan yaitu pada PT. Mayora Indah Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

E. Metode Analisis Data

Untuk menguji dan membuktikan kebenaran hipotesis yang di ajukan pada penulisan ini digunakan metode analisis sebagai berikut:

- a. Analisis regresi sederhana *SPSS*, yaitu untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan pada bursa efek indonesai (BEI). (Ismawati 2012;23 (subagyo pangestu, (2010 ; 286)) Dengan Rumus sebagai berikut:

Rumus : $Y = a + b.X$

Keterangan :

x = biaya promosi

y = nilai penjualan

a = konstanta

b = koefisien regresi

Selanjutnya untuk mengetahui nilai a dan b dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{n \sum y - b \cdot \sum x}{n}$$

b. Koefisien korelasi

Sedangkan Untuk mengetahui koefisien korelasi (r^2) digunakan rumus (junaidi : 2016 : 27 (sudjana, 2002 : 312)), yaitu :

$$\text{Rumus : } r = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi

n : periode (tahun)

x : (biaya promosi)

y : (nilai penjualan)

Tabel .1 interpretasi koefisien korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0.80 – 1.000	Sangat kuat
0.60 – 0.799	Kuat
0.40 – 0.599	Cukup kuat
0.20 – 0.399	Rendah
0.00 – 0.199	Sangat rendah

Sumber : J. Supranto 2008

c. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi yaitu untuk mengukur besarnya variabel (x) terhadap variabel (y) pada PT. mayora indah (BEI), yaitu digunakan analisis determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \cdot 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien diterminasi

r = Koefisien korelasi

d. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara persial terhadap dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. yaitu biaya promosi (x) terhadap penjualan (y) pada PT. Mayora indah Tbk. (BEI) suatu variabel akan berpengaruh yang signifikan bila t_{hitung} variabel tersebut lebih besar disbanding nilai t_{tabel} .

$$t_{hitung} = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

Keterangan :

t = nilai t_{hitung}

R = koefisien korelasi

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah periode (tahun)

F. Definisi operasional variabel

Terkait dengan judul yang di ajukan yaitu, pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan pada PT. Mayora indah Tbk. Maka definisi operasional dalam penelitian ini adalah.

1. Biaya Promosi adalah sejumlah dana yang dikhususkan yang bertujuan untuk mempromosikan atau menyakinkan konsumen atas

barang tertentu yang di produksi oleh perusahaan dan Untuk mencapai tujuan target yang diinginkan oleh perusahaan.

2. Nilai penjualan adalah suatu pencapaian yang di peroleh dari penjualan oleh perusahaan. Semakin meningkatnya nilai penjualan berarti semakin baik manfaat dalam mengembangkan nilai perusahaan.

BAB IV SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

PT. Mayora Indah Tbk (Perusahaan) didirikan pada tanggal 17 Februari 1977 berdasarkan akta No. 204 yang diubah dengan akta No. 320 tanggal 22 Juni 1977, keduanya dibuat dihadapan Notaris Poppy Savitri Parmanto S.H., sebagai pengganti dari Notaris Ridwan Suselo S.H., notaris di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan no. Y.A. 5/5/14 tanggal 3 Januari 1978 dan telah didaftarkan pada Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Tangerang No. 2/PNTNG/1978 tanggal 10 Januari 1978 serta diumumkan dalam Berita Negara RI No. 39 tanggal 15 Mei 1990, Tambahan No. 1716.

Anggaran Dasar Perusahaan diubah dengan akta No. 421 tertanggal 30 Desember 1989 dan diubah kembali dengan akta No. 155 tertanggal 16 Januari 1990, keduanya dibuat dihadapan S.P. Henny Sidkhi S.H., notaris di Jakarta dan telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia No. C2-1696.HT.01.04.TH.90 tertanggal 26 Maret 1990. Anggaran Dasar Perusahaan juga diubah secara menyeluruh dengan akta No. 49 tertanggal 4 April 1990 dibuat dihadapan S.P. Henny Sidkhi S.H., notaris di Jakarta dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No. C2-2609.HT.01.04.TH.90 tertanggal 7 Mei 1990. Perubahan tersebut antara lain meningkatkan modal dasar Perusahaan

dari Rp. 20.000.000.000,- (dua puluh milyar rupiah) menjadi Rp. 30.000.000.000,- (tiga puluh milyar rupiah) yang terbagi atas Rp. 30.000.000,- (tiga puluh juta rupiah) saham biasa dengan nilai nominal Rp. 1.000,- per saham.

Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan, yang terakhir dengan akta Notaris Adam Kasdarmadji S.H., No. 448 tanggal 27 juni 1997, antara lain mengenai maksud dan tujuan perusahaan. Akta perubahan ini telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C2-620.HT.01.04.TH.98 tanggal 6 Februari 1998.

Pada tanggal 25 Mei 1990, Perusahaan memperoleh persetujuan dari Menteri Keuangan Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. SI-109/SHM/MK.10/1990 untuk menawarkan 3.000.000 saham kepada masyarakat melalui Bursa Efek di Indonesia. Saham tersebut mulai tercatat di Bursa Efek pada tanggal 4 Juli 1990. Adapun tujuan perusahaan menawarkan sebagian dari modal sahamnya kepada masyarakat melalui Bursa Efek di Indonesia antara lain untuk memperkuat struktur permodalan Perusahaan dengan cara pengurangan kewajiban jangka panjang, meningkatkan kegiatan usaha dengan ekspansi atau perluasan di bidang makanan ringan dan memberikan kesempatan kepada masyarakat luas baik perorangan maupun lembaga/badan usaha untuk memiliki saham Perusahaan. Selanjutnya pada tanggal 16 Oktober 1992, Perusahaan memperoleh surat dari Ketua Badan Pengawas Pasar

Modal No. S-1710/PM/1992, perihal pemberitahuan efektifnya Pernyataan Pendaftaran Perusahaan, atas penawaran umum terbatas kepada pemegang saham sebanyak 63.000.000 saham, yang mulai tercatat di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya pada tanggal 30 Desember 1992.

Pada tanggal 7 Februari 1994, Perusahaan memperoleh surat dari Ketua Badan Pengawas Pasar Modal No. S-219/PM/1994 perihal pemberitahuan efektifnya Pernyataan Pendaftaran Perusahaan, atas penawaran umum terbatas II kepada para pemegang saham sebanyak 24.570.000 saham, yang mulai tercatat di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya pada tanggal 1 Maret 1994. Pada tanggal 31 Desember 2004 seluruh saham Perusahaan sejumlah 766.584.000 saham telah tercatat pada Bursa Efek Jakarta dan Surabaya.

Pada tanggal 26 Mei 1997, Perusahaan memperoleh surat dari Ketua Badan Pengawas Pasar Modal No. 001/MI/V/97 perihal pemberitahuan efektifnya Pernyataan Pendaftaran Perusahaan atas penawaran umum obligasi kepada masyarakat sebesar Rp.200.000.000.000,- pada tingkat bunga tetap sebesar 14% per tahun. Seluruh obligasi dijual dengan harga nilai nominal dan dicatat di Bursa Efek Surabaya. Perusahaan berdomisili di Tangerang dengan pabrik berlokasi Tangerang dan Bekasi. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Gedung Mayora, Jl. Tomang Raya No. 21-23, Jakarta 11440. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada bulan Mei 1978. Jumlah karyawan perusahaan dan anak perusahaan pada tanggal

31 Desember 2003, 2004 dan 2005 masing-masing adalah 4.310 karyawan, 4.650 karyawan dan 5.317 karyawan. Perusahaan tergabung dalam kelompok usaha (group) Mayora. Perusahaan juga merupakan induk perusahaan dengan memiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, lebih dari 50% saham anak perusahaan berikut:

1. PT. Sinar Pangan Barat (SPB) yang berdomisili di Medan. Jenis usahanya industry makanan dan olahan, mulai beroperasi sejak tahun 1991.
2. PT. Sinar Pangan Timur (SPT) yang berdomisili di Surabaya. Jenis usahanya industri makanan dan olahan, mulai beroperasi sejak tahun 1992.
3. PT. Torabika Eka Semesta (TES) yang berdomisili di Tangerang. Jenis usahanya industri pengolahan kopi bubuk dan instan, mulai beroperasi sejak tahun 1990.
4. PT. Kakao Mas Gemilang (KMG), dimiliki TES dengan kepemilikan 9s6%, berdomisili di Tangerang. Jenis usahanya industri pengolahan biji kakao, mulai beroperasi sejak tahun 1985.
5. Mayora Nederland B.V., berdomisili di Belanda. Yang jenis usahanya jasa keuangan dan mulai beroperasi sejak tahun 1996. sesuai dengan pasal 3 anggaran dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menjalankan usaha dalam bidang industri, perdagangan serta agen/perwakilan. Saat ini Perusahaan menjalankan bidang usaha industri makanan olahan,

antara lain biskuit, kembang gula, wafer, cokelat, dan jelly. Produk-produk perusahaan telah memasuki pasar dan telah mendapat tempat yang baik di kalangan konsumen makanan ringan. Untuk menjangkau seluruh lapisan konsumen telah diciptakan berbagai macam produk dengan nama, kualitas dan harga yang berbeda.

Beberapa merk dagangan dari Perusahaan yang telah dikenal masyarakat antara lain adalah

- a. Biskuit : Roma (dalam berbagai jenis), Danisa (dalam berbagai jenis) dan Better.
- b. Kembang Gula : Kopiko, Swissel, Kiss, Pee Wee, Tamarin, dan lain-lain.
- c. Wafer : Roma Chocolate Wafer, Sando, Beng-Beng, Astor dan lain-lain.
- d. Cokelat : Choki-choki, Hits, Oka, dan lain-lain.
- e. Jelly : Long Jelly. Selain itu perusahaan juga memproduksi produk-produk sejenis untuk ekspor dengan menggunakan merk-merk yang berbeda. Bahan-bahan utama yang dipergunakan oleh Perusahaan dalam memproduksi produk-produk diatas antara lain:
 1. Tepung (gandum, tapioka, beras, jagung)
 2. Minyak (minyak kelapa, minyak kelapa sawit, minyak kedelai, minyak cokelat, mentega, dll)
 3. Gula, Susu, Cokelat, Kopi, Bahan-bahan pembungkus, dll.

Perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam pembelian atas bahan baku yang dipergunakan karena lebih dari 90% bahan-bahan tersebut dihasilkan di dalam negeri.

1. Visi dan Misi Perusahaan

- a. Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.
- b. Dapat memperoleh Laba Bersih Operasi diatas rata rata industri dan memberikan value added yang baik bagi seluruh stakeholders Perseroan.
- c. Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara dimana Perseroan berada.

Bahan baku yang masih diimport oleh Perusahaan adalah “flavor” (pengharum) yang digunakan pada produk seperti kembang gula dan jelly. Untuk menjaga kualitas produk, Perusahaan telah mendirikan laboratorium untuk setiap unit produk yang dihasilkan dengan melakukan penelitian tidak hanya pada produk akhir tetapi juga bahan-bahan baku yang dipergunakan. Laboratorium, sebagai contoh melaksanakan percobaan terhadap seluruh bahan baku. Lebih jauh lagi, laboratorium juga melaksanakan percobaan guna menghindarkan pencemaran terhadap produk yang akan dibuat. Selain menjaga kualitas produk yang akan dihasilkan, laboratorium Perusahaan juga berfungsi sebagai pusat

pengembangan produk-produk baru tersebut berdasarkan atas hasil penelitian di kalangan konsumen mengenai jenis atau rasa yang tengah digemari oleh konsumen.

Untuk meningkatkan pelayanan pemasaran dan kemudahan jalur distribusi, Perusahaan telah menyerahkan masalah tersebut kepada PT. Inbisco Niaga yang bertindak sebagai pemasok dan distribusi tunggal Perusahaan. PT. Inbisco Niaga didirikan oleh Inbisco Group pada tahun 1985 sebagai salah satu group perusahaan Inbisco Group, baik pasar domestik maupun ekspor. Pada saat ini PT. Inbisco Niaga memiliki kantor cabang di seluruh cabang di seluruh Indonesia yang dilengkapi dengan sarana pergudangan, administrasi, armada distribus dan penjualan untuk menyebarluaskan produk-produk Perusahaan di seluruh Indonesia. Dengan adanya PT. Inbisco Niaga, Perusahaan berhasil menembus pasaran ekspor seperti Singapura, Hongkong, Timur Tengah, AS, Canada, dan Eropa.

B. Sumber Daya Perusahaan

Perseroan terus memberikan fokus yang besar dalam pengembangan Sumber Daya Manusia. Penanaman nilai dan budaya Mayora merupakan salah satu langkah utama yang dilakukan untuk mendukung perkembangan Perseroan melalui terciptanya soliditas dan loyalitas seluruh pekerja terhadap Perseroan.

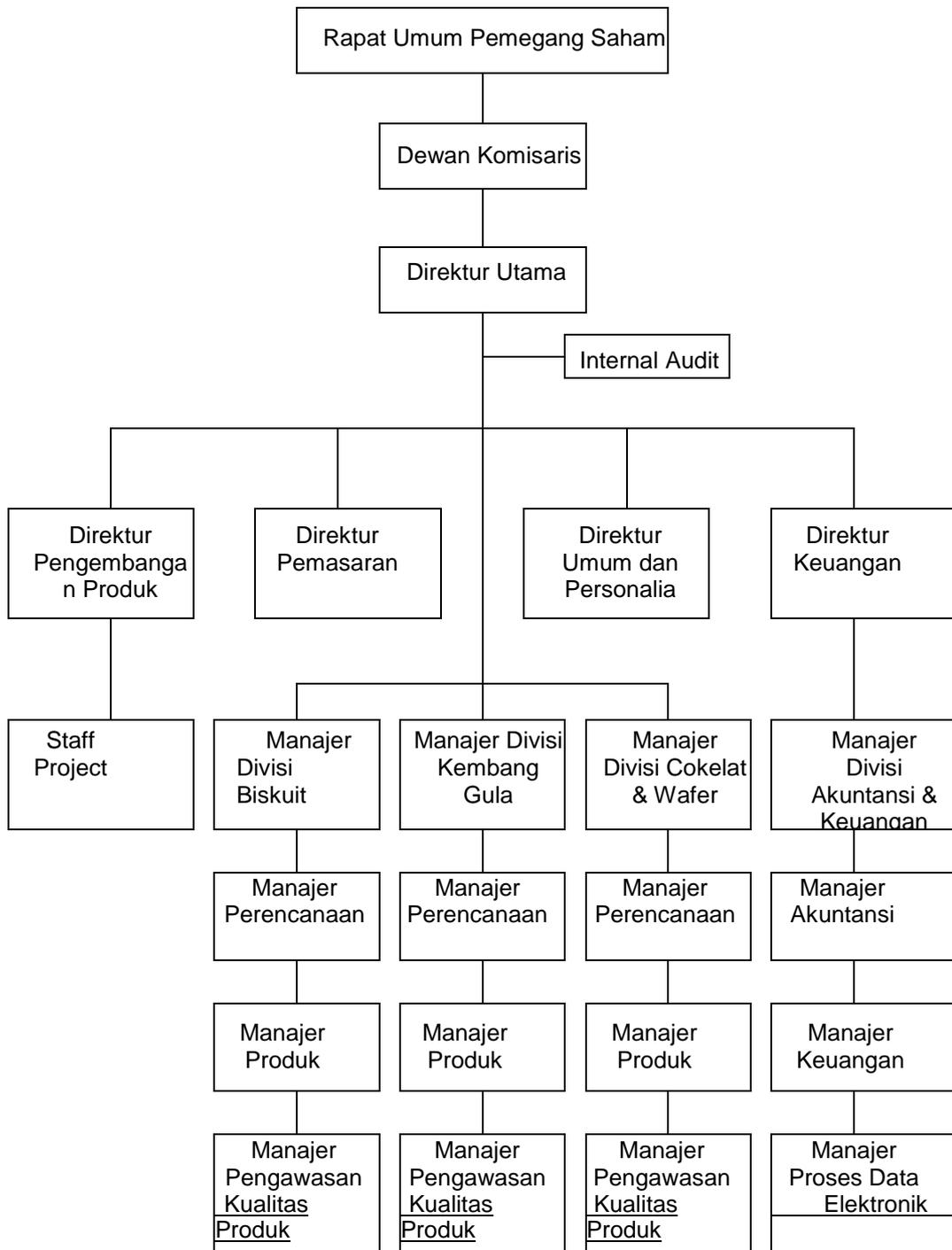
Penanaman nilai dan budaya Mayora ini dilakukan melalui kegiatan pengembangan mental pekerja. Melalui kegiatan kegiatan

tersebut seluruh pekerja mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan informasi tentang nilai dan budaya perusahaan, dan mendapatkan kesempatan untuk ikut memperkaya implementasi Nilai dan Budaya Perseroan dalam pelaksanaan aktivitas profesional sehari-hari. Di bidang kompetensi, pengembangan kemampuan pekerja tidak hanya untuk meningkatkan kemampuan teknis yang mendukung peningkatan ketrampilan profesional, tetapi juga dengan pelatihan pengembangan personal dan managerial. Karena kami meyakini, kemampuan teknis harus didukung juga oleh kemampuan personal dan managerial dari yang bersangkutan.

Untuk mendukung perkembangan Perseroan secara organisasi, Divisi SDM secara berkelanjutan menyelenggarakan Mayora Development Program, untuk mendapatkan calon pekerja dari perguruan tinggi ternama dari seluruh universitas baik dari dalam maupun dari luar negeri untuk bergabung dan mengembangkan kemampuan profesional mereka sebagai kader pemimpin Mayora dimasa depan.

C. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan



Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk.
Sumber: PT Mayora Indah Tbk 2005

Organisasi adalah kumpulan dari kelompok individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama. Susunan organisasi dibuat berdasarkan fungsi pokok yang ada di dalam perusahaan. Struktur organisasi adalah merupakan suatu gambaran mengenai pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerjasama dari berbagai pihak yang terlibat di dalam organisasi perusahaan, sehingga proses pencapaian tujuan akan terkoordinasi dengan baik. Kelancaran dan keberhasilan setiap aktivitas yang dijalankan perusahaan, banyak ditentukan oleh struktur organisasinya. Hal ini dikarenakan segala aktivitas yang ada di dalam perusahaan dan orang-orang yang terlibat didalamnya membutuhkan suatu pola pengaturan yang jelas mengenai tugas, wewenang, dan batasan masing-masing jabatan dan bagian pada lingkup masalah.

Struktur organisasi penting bagi perusahaan terutama membantu dalam hal sebagai berikut:

1. Memperjelas wewenang dan tanggung jawab atasan dan bawahan.
2. Memperjelas hubungan kerja antarbagian yang satu dengan yang lain.
3. Memudahkan kontrol setiap bagian.
4. Pedoman dalam menyusun prosedur-prosedur tertulis aktivitas perusahaan.
5. Menjelaskan tingkatan-tingkatan manajemen dan posisi masing-masing bagian.

Anggaran Dasar Perusahaan menetapkan bahwa perusahaan dipimpin oleh Direksi, dalam menjalankan tugasnya sehari-hari di bawah pengawasan Dewan Komisaris, yang semuanya diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Dengan ketentuan keputusan tertinggi terletak pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Adapun tugas dan wewenang komisaris dan direksi adalah sebagai berikut:

3. Tugas dan Wewenang Komisaris:

- a. Dewan komisaris melakukan pengawasan atas pengurusan Perusahaan oleh Direksi dalam menjalankan Perusahaan, melakukan pekerjaan lain sebagaimana dari waktu-waktu ditentukan RUPS dan memberikan nasihat kepada Direksi serta melakukan hal-hal lain sebagaimana ditentukan dalam Anggaran Dasar Perusahaan.
- b. Anggota Dewan Komisaris baik bersama-sama maupun sendiri-sendiri setiap waktu pada jam kerja kantor Perusahaan, berhak memasuki bangunan dan halaman atau tempat lain yang dipergunakan atau yang dikuasai oleh Perusahaan dan berhak memeriksa semua pembukuan, surat, alat bukti lainnya, memeriksa dan mencocokkan keadaan uang kas dan lain-lain serta berhak mengetahui segala tindakan yang telah dijalankan oleh Direksi

- c. Direksi dan setiap anggota Direksi wajib untuk memberikan penjelasan tentang segala hal tentang Perusahaan yang diminta oleh anggota Dewan Komisaris sebagaimana diperlukan oleh Dewan Komisaris untuk melaksanakan tugas mereka.
 - d. Rapat Dewan Komisaris setiap waktu berhak memberhentikan untuk sementara seorang atau lebih anggota Direksi jika anggota Direksi tersebut bertindak bertentangan dengan Anggaran Dasar dan atau Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
3. Tugas dan Wewenang Direksi:
- a. Direksi bertanggung jawab penuh atas pengutusan Perusahaan untuk kepentingan dan tujuan Perusahaan. Tugas Pokok Direksi adalah:
 - a) Memimpin dan mengurus Perusahaan sesuai dengan tujuan Perusahaan.
 - b) Menguasai, memelihara dan mengurus kekayaan Perusahaan untuk kepentingan Perusahaan.
 - c) Setiap anggota Direksi wajib dengan itikad baik dan penuh tanggungjawab menjalankan tugasnya dengan mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku

- b. setiap anggota Direksi wajib dengan itikad baik dan penuh tanggungjawab menjalankan tugasnya dengan mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku
- c. Direksi berhak mewakili Perusahaan di dalam dan di luar Pengadilan tentang segala hal dalam segala kejadian, mengikat Perusahaan dengan pihak lain dan pihak lain dengan Perusahaan, serta menjalankan semua tindakan baik yang mengenai pengurusan maupun kepemilikan.
- d. Untuk melakukan perbuatan hukum dimana terdapat kepentingan antara kepentingan ekonomis pribadi anggota Direksi, Dewan Komisaris atau pemegang saham, dengan kepentingan Perusahaan, disyaratkan persetujuan RUPS yang diambil berdasarkan suara setuju terbanyak dari pemegang saham yang tidak mempunyai benturan.

Susunan pengurus Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2005 adalah sebagai berikut:

a. Dewan komisaris

Komisaris Utam : Jogi Hendra Atmadja

Komisaris :Hendrawan Atmadja

Komisaris indepeenden :Agustian Widjonarko

b. Dewan direksi

Direktur utama : Gunawan Atmajad

Direktur : Hendramawan lesmana

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Analisis biaya promosi

Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk-produk yang diproduksi baik berupa barang maupun jasa atau “promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, memaksa, mendesak, membujuk dan meyakinkan.

Hasil data penelitian dan pembahasan biaya promosi terhadap nilai penjualann pada PT mayora indah Tbk.

Tabel 1.2
Perkembangan Biaya Promosi
PT Mayora Indah Tbk.
Tahun 2012-2016 (Jutan)

NO	TAHUN	BIAYA PROMOSI
1	2012	703.792
2	2013	1.032.394
3	2014	960.932
4	2015	1.528.573
5	2016	1.680.155

Sumber : Data PT. Mayora Indah Tbk.

Berdasarkan data di atas bahwa biaya promosi berfluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2012 sebesar 703.792 tahun 2013, 1.032.394 begitu pula di tahun 2014 sampai dengan tahun 2016, tahun 2014 sebesar 960.932, tahun 2015 sebesar 1.528.573 dan tahun 2016 sebesar 1.680.155. Di akibatkan berkurangnya pasokan bahan baku untuk produksi serta melambungnya harga komoditas sehingga biaya promosi tiap tahunnya mengalami fluktuasi.

2. Nilai Penjualan

Nilai penjualan adalah total dari hasil penjualan yang dicapai oleh perusahaan dari suatu kegiatan usaha dalam periode tertentu. Dengan demikian kegunaan nilai penjualan adalah sebagai pernyataan dalam perhitungan keuntungan.” Penjualan adalah suatu usaha untuk membujuk konsumen agar mau membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang sesuai dengan apa yang pasar inginkan sehingga perundingan, persetujuan harga dan serah terima barang dapat diselesaikan dengan baik antara penjual dengan konsumen”.

Tabel 1.3
Perkembangan Nilai Penjualan
PT Mayora Indah Tbk.
Tahun 2012-2016 (Jutan)

TAHUN	NILAI PENJUALAN	PERUBAHAN %
2012	10.510.625	-
2013	12.017.837	14%
2014	14.169.088	18%
2015	14.818.730	5%
2016	18.349.959	24%

Sumber : Data PT. Mayora Indah Tbk.(BEI)

Berdasarkan dari tabel di atas bahwa perkembangan nilai penjualan Pada tahun 2013 meningkat dengan pesat yaitu sebesar 14% dengan nilai 12.017.837 tahun 2014 bertambah menjadi 18% dengan nilai 14.169.088, di tahun 2015 terjadi penurunan sebesar 5% dan tahun 2016 mengalami peningkatan yang sangat pesat dari tahun-tahun sebelumnya sebesar 24% dengan nilai 18.349.959. Di akibatkan banyaknya produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan lain dan daya saing yang semakin ketat.

Berdasarkan tabel biaya promosi dan nilai penjualan dapat disimpulkan bahwa ketika biaya promosi mengalami fluktuasi namun nilai penjualan selalu meningkat itu di karenakan beberapa faktor salah satunya faktor permintaan barang yang semakin meningkat dimana semakin tingginya permintaan akan meningkatkan nilai penjualan.

B. Analisis regresi linear sederhana

Hasil output dari pengolahan data menggunakan program *SPSS versi 22 for windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4

Coefficients regresi linear dengan menggunakan SPSS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	ahCoefficients Beta		
1 (Constant)	6233639.784	2315910.581		2.692	.074
biaya promosi	6.552	1.873	.896	3.498	.040

a. Dependent Variable: nilai penjualan

Sumber : Data diolah dari *SPSS Statistik*

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana tersebut dapat diartikan sebagai berikut : $y = 6233639.784 + 6.552x$

- a. Nilai konstanta sebesar 6233639.784, angka ini menunjukkan apabila tidak ada biaya promosi (x) maka akan berpengaruh terhadap nilai penjualan (y) sebesar 6233639.784.
- b. Nilai koefisien regresi variabel 6.552, angka ini menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan 1% maka akan diikuti dengan kenaikan nilai penjualan sebesar 6.552

Persamaan regresi linear yang didapatkan memberikan penjelasan bahwa keterkaitan antara biaya promosi dengan nilai penjualan bersifat searah (positif) atau dengan kata lain bahwa jika nilai penjualan semakin besar maka akan mengakibatkan nilai penjualan akan semakin besar juga, demikian sebaliknya jika nilai penjualan semakin kecil maka akan mengakibatkan mengecilnya nilai penjualan.

1. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien Korelasi dilakukan Untuk mengetahui Sejauh mana Korelasi atau Hubungan antara X terhadap Y . dari data yang telah diolah maka diperoleh sebagai berikut :

Tabel 1.5 interpretasi koefisien korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0.80 – 1.000	Sangat kuat
0.60 – 0.799	Kuat
0.40 – 0.599	Cukup kuat
0.20 – 0.399	Rendah
0.00 – 0.199	Sangat rendah

Sumber : J. Supranto 2008

Tabel 1.6 Statistik SPSS Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.738	1531089.886

a. Predictors: (Constant), biaya promosi
 Sumber : Data diolah dari SPSS Statistik

Berdasarkan data di atas bahwa nilai koefisien Korelasi (r) sebesar 0.896 menunjukkan Bahwa Terjadi Korelasi yang sangat kuat Berada diantara (0.80 – 1.000) Menunjukkan adanya hubungan antara Variabel X dan Y yang Sangat Kuat. Jadi Biaya promosi mempunyai hubungan yang sangat kuat Terhadap Nilai penjualan Pada PT. Mayora Indah Tbk. (BEI).

2. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ini di gunakan Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Variabel – Variabel Bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya Dari Hasil perhitungan dengan menggunakan Program SPSS 20. Dapat di ketahui Bahwa Koefisien Determinasinya (R^2) yang diperoleh sebesar 0.803 atau 80.3% Artinya Variabel Bebas (X) yaitu Mampu Memberikan Kontribusi Pengaruh Sebesar 80.3% terhadap variabel terikat (Y) yaitu Nilai Penjualan sisanya sebesar 19.7% di pengaruh oleh faktor – faktor lain .Misalnya di stribusi Penentuan Harga produk Daya beli konsumen dan selera masyarakat.

3. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji T dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh secara langsung dari Variabel Biaya promosi terhadap Nilai Penjualan . Adapun hipotesis yang di ajukan adalah Jika t_{hitung} lebih besar Dari t_{tabel} maka dapat dikatakan bahwa Biaya promosi (X) berpengaruh signifikan terhadap nilai penjualan (Y) sebaliknya jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka dapat dikatakan bahwa biaya promosi (X) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Penjualan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized ahCoefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6233639.784	2315910.581		2.692	.074
biaya promosi	6.552	1.873	.896	3.498	.040

a. Dependent Variable: nilai penjualan

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 3.498$. dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 maka derajat bebas (db) atau *degree of freedom* (df) dapat dihitung dengan $df = n-2$ (5-2) =3 dan dari hasil ini diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.498. menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena nilai t_{tabel} lebih kecil dari t_{hitung} sebesar 2.35336. Maka H_0 berada didaerah penolakan dan H_a diterima menjelaskan bahwa biaya promosi memilki pengaruh tapi tidak signifikan terhadap nilai penjualan Pada PT. Mayora Indah Tbk. (BEI).

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Aswin dan Syaharuddin yang Berjudul : Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan penjualan rumah pada perumahan grand aroepala di Makassar. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh dengan baik dalam peningkatan volume penjualan. Begitu halnya juga dengan penelitian yang saat ini dilakukan tidak searah atau tidak mendukung dengan penelitian Aswin dan Syaharuddin. Penelitian saat ini yang berjudul : pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan hasil yang di peroleh bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur Jannah yang berjudul : pengaruh biaya promosi terhadap omset Penjualan pada PT. Riau pos intermedia pekanbaru Ditinjau menurut ekonomi islam. Hasil yang diperoleh biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset penjualan. Begitu pula dengan halnya penelitian saat ini dilakukan tidak searah atau tidak mendukung dengan penelitian Nur Jannah Penelitian saat ini yang berjudul : biaya promosi terhadap nilai penjualan dimana hasil yang di peroleh pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Deavy Yulitasari Yang berjudul : Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan

pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung hasil yang di peroleh ada pengaruh positif biaya promosi terhadap volume penjualan pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung. Begitu pula halnya dengan Begitu pula dengan halnya penelitian saat ini penelitian saat ini dilakukan tidak searah atau tidak mendukung dengan penelitian Deavy Yulitasari Penelitian saat ini yang berjudul : biaya promosi terhadap nilai penjualan dimana hasil yang di peroleh pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan penelitian uji hipotesis (uji T) hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 3.498$. dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 maka derajat bebas (db) atau *degree of freedom* (df) dapat dihitung dengan $df = n-2$ (5-2) =3 dan dari hasil ini diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.498. menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena nilai t_{tabel} lebih kecil dari t_{hitung} sebesar 2.35336. Maka H_0 berada didaerah penolakan dan H_a diterima menjelaskan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh tapi tidak signifikan terhadap nilai penjualan Pada PT. Mayora Indah Tbk. (BEI).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka di sarankan kepada PT. Mayora indah Tbk. Agar Tetap Mempertahankan Kualitas produk agar Nilai penjualan meningkat sesuai dengan banyaknya permintaan

DAFTAR PUSTAKA

- Aswin Dan Syaharuddin. (2015:5). *Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan penjualan rumah pada perumahan grand oroepela di Makassar*. Iqtisaduna, Volume 1 Nomor 2, Desember 2015: 1-. UIN Alauddin Makkassar.
- Herry Darmawan, Rini Lestari Dan Nurlili. (2015:80). *Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan studi kasus pada showroom sanjaya Motor Dan Wg Motor*. Prosiding Penelitian Spesia 2015 Akutansi. Universitas islam bangdung.
- Herviana. A (2015:23). *Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada PT, Citatah Tbk kabupaten pangkep*. sekolah ilmu manajemen yaysan perguruan islam maros (stim yapim).
- Ismawati, (2012:23) *pengaruh biaya promosi terhadap tingkat penjualan pada PT. Suraco jaya abadi motor di kabupaten maros*. Sekolah tinggi ilmu manajemen yaysan perguruan islam maros
- Jannah, Nur . (2013:25) . *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omset Penjualan Pada PT Riau Pos Intermedia Pecan Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekan baru.
- Karim, Hj. Azizah (2010:2). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Mebel Jati "Amir" Di Palembang*. Ilmiah Volume 11. No,2.
- Kurniadi, Firmansyah, (2010:12). *Pengaruh Biaya Promosi Dan Distribusi Terhadap Peningkatan VPolume Penjualan Pada Cv.Sejati Di Sragen*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- N. Dane, Ipg. Sukaatmadja Dan Iw. Budiasa (2013:11) *Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan Produk pada UD. Kopi Bali Banyuatis, Singaraja*. Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 1, No.1, Mei 2013 ISSN 2355-0759.
- Suryawan, Indra, (2009:20). *Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan Tambangan "Sss" Sukarta*. Universitas sebelas maret sukarta.

Purwanti, Dwi Ratna Eny, (201:5) . *Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perumahan Puri Bunga Mirwana Jember*. Universitas Jember.

Rinna, Dan Chairul Anwar. (2015:27) . *Pengaruh biaya iklan dan biaya penjualan personal terhadap nilai penjualan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. JURNAL Akuntansi & Keuangan* Volume 6, Nomor 1, Maret 2015. Universitas Bandar lampung.

Yulistari, Devy. (2014:10). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung*. Universitas Negeri Yogyakarta.

LAMPIRAN

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
	1	Biaya Promosi ^b	

a. Dependent Variable: Nilai Penjualan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.738	1531089.886

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286894737943	1	286894737943	12.238	.040 ^b
		78.004		78.004		
	Residual	703270872011	3	234423624003		
		6.794		8.931		
	Total	357221825144	4			
		94.790				

a. Dependent Variable: Nilai Penjualan

b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6233639.784	2315910.581		2.692	.074
	Biaya Promosi	6.552	1.873	.896	3.498	.040

a. Dependent Variable: Nilai Penjualan

t Table

cum. prob one-tail two-tails	$t_{.50}$	$t_{.75}$	$t_{.80}$	$t_{.85}$	$t_{.90}$	$t_{.95}$	$t_{.975}$	$t_{.99}$	$t_{.995}$	$t_{.999}$	$t_{.9995}$
	1.00	0.50	0.40	0.30	0.20	0.10	0.05	0.02	0.01	0.002	0.0005
df											
1	0.000	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	318.31	636.62
2	0.000	0.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327	31.599
3	0.000	0.765	0.978	1.250	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215	12.924
4	0.000	0.741	0.941	1.190	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173	8.610
5	0.000	0.727	0.920	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893	6.869
6	0.000	0.718	0.906	1.134	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208	5.959
7	0.000	0.711	0.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.785	5.408
8	0.000	0.706	0.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	4.501	5.041
9	0.000	0.703	0.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.297	4.781
10	0.000	0.700	0.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.144	4.587
11	0.000	0.697	0.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.025	4.437
12	0.000	0.695	0.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.930	4.318
13	0.000	0.694	0.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852	4.221
14	0.000	0.692	0.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787	4.140
15	0.000	0.691	0.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073
16	0.000	0.690	0.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686	4.015
17	0.000	0.689	0.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646	3.965
18	0.000	0.688	0.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610	3.922
19	0.000	0.688	0.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.579	3.883
20	0.000	0.687	0.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.552	3.850
21	0.000	0.686	0.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.527	3.819
22	0.000	0.686	0.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.505	3.792
23	0.000	0.685	0.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.485	3.768
24	0.000	0.685	0.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.467	3.745
25	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725
26	0.000	0.684	0.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.435	3.707
27	0.000	0.684	0.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.421	3.690
28	0.000	0.683	0.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.408	3.674
29	0.000	0.683	0.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.396	3.659
30	0.000	0.683	0.854	1.055	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385	3.646
40	0.000	0.681	0.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307	3.551
60	0.000	0.679	0.848	1.045	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.232	3.460
80	0.000	0.678	0.846	1.043	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.195	3.416
100	0.000	0.677	0.845	1.042	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626	3.174	3.390
1000	0.000	0.675	0.842	1.037	1.282	1.646	1.962	2.330	2.581	3.098	3.300
Z	0.000	0.674	0.842	1.036	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.090	3.291
	0%	50%	60%	70%	80%	90%	95%	98%	99%	99.8%	99.9%

Confidence Level

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun yang Berakhir pada Tanggal
31 Desember 2012 dan 2011
(Angka – angka Disajikan dalam Rupiah, kecuali
Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended
December 31, 2012 and 2011
(Figures are Presented in Rupiah, unless Otherwise
Stated)

26. Beban Pokok Penjualan

	2012	2011	
Bahan baku dan pembungkus yang digunakan	7.424.993.364.995	6.729.372.398.842	Raw and packing materials used
Tenaga kerja langsung	430.537.729.924	349.202.590.367	Direct labor
Biaya produksi tidak langsung	565.966.485.087	794.507.138.637	Factory overhead
Jumlah Biaya Produksi	8.441.497.580.006	7.873.082.117.846	Total Manufacturing Costs
Persediaan barang dalam proses			Work in process
Awal tahun	63.847.804.415	19.988.774.003	At beginning of year
Akhir tahun (Catatan 6)	(299.781.728.019)	(63.847.804.415)	At end of year (Note 6)
Beban Pokok Produksi	8.205.563.656.402	7.829.223.087.434	Cost of Goods Manufactured
Persediaan barang jadi			Finished goods
Awal tahun	130.942.111.041	97.173.991.329	At beginning of year
Akhir tahun (Catatan 6)	(171.496.216.051)	(130.942.111.041)	At end of year (Note 6)
Beban Pokok Penjualan	8.165.009.551.392	7.795.454.967.722	Cost of Goods Sold

Tidak terdapat pembelian kepada satu pihak yang melebihi 10% dari jumlah pendapatan bersih pada tahun 2012 dan 2011.

There were no purchases from any party which exceeded 10% of total net revenues in 2012 and 2011.

27. Beban Usaha

Rincian dari beban usaha adalah sebagai berikut:

a. Beban penjualan

	2012	2011	
Iklan dan promosi	703.792.455.026	535.715.309.841	Advertising and promotions
Pengiriman	118.999.673.232	96.049.922.505	Freight out
Gaji	48.549.745.163	45.119.789.821	Salaries
Perjalanan dinas	11.488.563.683	7.709.000.780	Travel
Sewa	6.003.861.772	4.967.314.613	Rental
Barang cetakan dan alat tulis	2.077.707.039	2.522.082.951	Printing and stationery
Sumbangan	1.588.294.479	712.891.638	Donation
Pajak dan perijinan	734.549.346	5.327.954.660	Taxes and licenses
Perbaikan dan pemeliharaan	342.366.651	409.798.734	Repairs and maintenance
Lain-lain	35.336.217.764	13.410.950.472	Others
Jumlah	928.883.434.155	711.945.016.015	Total

27. Operating Expenses

The details of operating expenses are as follows:

a. Selling Expenses

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013
dan 2012
(Angka – angka Disajikan dalam Rupiah, kecuali
Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended December 31, 2013 and 2012
(Figures are Presented in Rupiah, unless
Otherwise Stated)

26. Beban Usaha

Rincian dari beban usaha adalah sebagai berikut:

a. Beban penjualan

	2013	2012
Iklan dan promosi	1.032.394.404.885	703.792.455.026
Pengiriman	126.608.840.677	118.969.673.232
Gaji	57.873.048.045	48.549.745.163
Survei dan penelitian	18.108.708.920	9.584.140.507
Perjalanan dinas	14.033.123.428	11.488.563.683
Barang cetakan dan alat tulis	5.873.712.001	2.077.707.039
Sewa	4.239.598.651	6.003.861.772
Pengangkutan	3.141.021.690	1.398.057.794
Sumbangan	1.635.577.343	1.588.294.479
Asuransi	839.465.086	788.790.881
Perbaikan dan pemeliharaan	517.840.241	342.366.651
Pajak dan perijinan	358.260.415	734.549.346
Lain-lain	10.169.082.026	23.565.228.582
Jumlah	1.275.792.683.188	628.883.434.155

b. Beban umum dan administrasi

	2013	2012
Caji	123.771.422.937	107.038.685.315
Beban imbalan pasca kerja (Catatan 29)	107.318.354.990	90.217.511.013
Pajak dan perijinan	28.089.995.058	6.444.157.454
Penyusutan (Catatan 9)	18.741.622.891	10.821.484.719
Perjalanan dinas	13.255.727.552	8.920.531.127
Sewa	11.917.080.806	7.879.261.554
Asuransi	6.305.450.180	6.455.673.701
Jasa profesional	7.307.386.415	3.842.897.255
Pemeliharaan	4.945.816.095	3.800.955.988
Sumbangan dan representasi	2.700.304.141	2.338.095.905
Barang cetakan dan alat tulis	1.641.001.349	1.516.202.099
Listrik, air dan gas	1.393.376.146	1.167.233.515
Telepon dan faksimili	1.157.900.006	1.334.841.388
Rapat dan publikasi	1.012.807.500	710.068.750
Amortisasi emisi obligasi (Catatan 17)	580.658.035	801.583.434
Beban penerbitan sukuk mudharabah (Catatan 18)	129.007.764	86.005.248
Lain-lain	10.795.949.042	6.797.699.380
Jumlah	341.063.860.907	260.172.867.845

27. Penghasilan Bunga

	2013	2012
Deposito berjangka	21.956.081.029	16.797.243.278
Jasa giro	3.194.088.637	1.841.120.451
Jumlah	25.150.169.666	18.638.363.729

Pendapatan bunga dari PT Bank Mayora, pihak berelasi, adalah sebesar Rp 4.331.686.028 pada tahun 2013 dan Rp 2.519.454.454 pada tahun 2012 atau sebesar 17,22% pada tahun 2013 dan 13,52% pada tahun 2012 dari jumlah pendapatan bunga deposito berjangka dan jasa giro (Catatan 32).

26. Operating Expenses

The details of operating expenses are as follows:

a. Selling Expenses

	2013	2012
Advertising and promotions	1.032.394.404.885	703.792.455.026
Freight out	126.608.840.677	118.969.673.232
Salaries	57.873.048.045	48.549.745.163
Survey and research	18.108.708.920	9.584.140.507
Travel	14.033.123.428	11.488.563.683
Printing and stationery	5.873.712.001	2.077.707.039
Rental	4.239.598.651	6.003.861.772
Transportation	3.141.021.690	1.398.057.794
Donation	1.635.577.343	1.588.294.479
Insurance	839.465.086	788.790.881
Repairs and maintenance	517.840.241	342.366.651
Taxes and licenses	358.260.415	734.549.346
Others	10.169.082.026	23.565.228.582
Total	1.275.792.683.188	628.883.434.155

b. General and Administrative Expenses

	2013	2012
Salaries	123.771.422.937	107.038.685.315
Long-term employee benefits (Note 29)	107.318.354.990	90.217.511.013
Taxes and licenses	28.089.995.058	6.444.157.454
Depreciation (Note 9)	18.741.622.891	10.821.484.719
Travel	13.255.727.552	8.920.531.127
Rental	11.917.080.806	7.879.261.554
Insurance	6.305.450.180	6.455.673.701
Professional fees	7.307.386.415	3.842.897.255
Maintenance	4.945.816.095	3.800.955.988
Donation and representation	2.700.304.141	2.338.095.905
Printing and stationery	1.641.001.349	1.516.202.099
Electricity, water and gas	1.393.376.146	1.167.233.515
Telephone and facsimile	1.157.900.006	1.334.841.388
Meetings and publication	1.012.807.500	710.068.750
Amortization of bonds issuance costs (Note 17)	580.658.035	801.583.434
Amortization of Sukuk mudharabah issuance costs (Note 18)	129.007.764	86.005.248
Others	10.795.949.042	6.797.699.380
Total	341.063.860.907	260.172.867.845

27. Interest Income

	2013	2012
Time deposits	21.956.081.029	16.797.243.278
Current accounts	3.194.088.637	1.841.120.451
Total	25.150.169.666	18.638.363.729

Interest income on current accounts and time deposits placed in PT Bank Mayora, a related party, amounted to Rp 4,331,686,028 in 2013, and Rp 2,519,454,454 in 2012 or 17.22% in 2013, and 13.52% in 2012 of the total interest income each year (Note 32).

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun Yang Berakhir 31 Desember 2014 dan 2013
(Angka – angka Disajikan dalam Rupiah,
kecuali Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended December 31, 2014 and 2013
(Figures are Presented in Rupiah,
unless Otherwise Stated)

Penjualan yang melebihi 10% dari jumlah penjualan bersih dilakukan dengan PT Inbisco Niagatama Semesta, pihak berelasi, sebesar Rp 8.089.242.574,526 (57%) dan Rp 7.481.686.918,450 (62%), masing-masing pada 2014 dan 2013 (Catatan 32).

Sales to PT Inbisco Niagatama Semesta, a related party, amounting to Rp 8,089,242,574,526 (57%) in 2014 and Rp 7,481,686,918,450 (62%) in 2013 exceeded 10% of the net sales in 2014 and 2013 (Note 32).

25. Beban Pokok Penjualan

25. Cost of Goods Sold

	2014	2013	
Bahan baku dan pembungkusan yang digunakan	9.649.968.287.757	7.756.841.119.238	Raw and packing materials used
Tenaga kerja langsung	696.581.505.762	578.032.018.171	Direct labor
Biaya produksi tidak langsung	1.528.218.968.646	852.494.351.014	Factory overhead
Jumlah Biaya Produksi	11.874.768.762.165	9.187.367.488.423	Total Manufacturing Costs
Persediaan barang dalam proses			Work in process
Awal tahun	348.726.439.683	299.781.728.019	At beginning of year
Akhir tahun (Catatan 6)	(542.758.711.898)	(348.726.439.683)	At end of year (Note 6)
Beban Pokok Produksi	11.680.736.489.950	9.138.422.776.759	Cost of Goods Manufactured
Persediaan barang jadi			Finished goods
Awal tahun	213.747.701.257	171.496.216.051	At beginning of year
Akhir tahun (Catatan 6)	(280.621.721.737)	(213.747.701.257)	At end of year (Note 6)
Beban Pokok Penjualan	11.633.862.469.470	9.096.171.291.553	Cost of Goods Sold

Tidak terdapat pembelian kepada satu pihak yang melebihi 10% dari jumlah penjualan bersih pada 2014 dan 2013.

There were no purchases from any party which exceeded 10% of total net sales in 2014 and 2013.

26. Beban Usaha

26. Operating Expenses

Rincian dari beban usaha adalah sebagai berikut:

The details of operating expenses are as follows:

a. Beban penjualan

a. Selling Expenses

	2014	2013	
Iklan dan promosi	960.932.424.819	1.032.394.404.665	Advertising and promotions
Pengiriman	191.697.418.788	129.749.862.367	Freight out
Gaji	58.931.507.702	57.873.048.045	Salaries
Survei dan penelitian	19.016.859.405	18.108.708.920	Survey and research
Perjalanan dinas	16.433.904.493	14.033.123.428	Travel
Barang cetakan dan alat tulis	8.571.571.312	5.873.712.001	Printing and stationery
Rekrutmen	6.111.787.865	3.059.031	Recruitment
Sewa	3.920.229.938	4.239.598.651	Rental
Sumbangan dan hiburan	3.554.985.485	1.635.577.343	Donation and entertainment
Asuransi	1.477.016.732	839.465.086	Insurance
Perbaikan dan pemeliharaan	550.873.403	517.840.241	Repairs and maintenance
Pajak dan perijinan	263.944.688	358.260.415	Taxes and licenses
Lain-lain	14.388.307.997	10.166.022.995	Others
Jumlah	1.283.950.832.627	1.275.792.683.188	Total

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun Yang Berakhir
31 Desember 2015 dan 2014
(Angka-angka Disajikan dalam Rupiah,
kecuali Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended
December 31, 2015 and 2014
(Figures are Presented in Rupiah,
unless Otherwise Stated)

24. Beban Pokok Penjualan

24. Cost of Goods Sold

	2015	2014	
Bahan baku dan pembungkus yang digunakan	7.930.102.784.449	9.649.968.287.757	Raw and packing materials used
Tenaga kerja langsung	689.758.691.824	696.581.505.762	Direct labor
Biaya produksi tidak langsung	1.731.924.632.210	1.528.218.968.646	Factory overhead
Jumlah Biaya Produksi	10.351.786.108.483	11.874.768.762.165	Total Manufacturing Costs
Persediaan barang dalam proses			Work in process
Awal tahun	542.758.711.898	348.726.439.683	At beginning of year
Akhir tahun (Catatan 6)	(293.010.131.373)	(542.758.711.898)	At end of year (Note 6)
Beban Pokok Produksi	10.601.534.689.008	11.680.736.489.950	Cost of Goods Manufactured
Persediaan barang jadi			Finished goods
Awal tahun	260.621.721.737	213.747.701.257	At beginning of year
Akhir tahun (Catatan 6)	(241.761.894.905)	(260.621.721.737)	At end of year (Note 6)
Beban Pokok Penjualan	10.620.394.515.840	11.633.862.469.470	Cost of Goods Sold

Tidak terdapat pembelian kepada satu pihak yang melebihi 10% dari jumlah penjualan bersih pada 2015 dan 2014.

There were no purchases from any party which exceeded 10% of total net sales in 2015 and 2014.

25. Beban Usaha

25. Operating Expenses

Rincian dari beban usaha adalah sebagai berikut:

The details of operating expenses are as follows:

a. Beban penjualan

a. Selling Expenses

	2015	2014	
Iklan dan promosi	1.528.573.888.504	960.932.424.819	Advertising and promotions
Pengiriman	183.931.115.109	191.697.418.788	Freight out
Gaji	66.984.405.344	58.931.507.702	Salaries
Survei dan penelitian	24.821.247.935	19.016.859.405	Survey and research
Perjalanan dinas	18.332.990.478	16.433.904.493	Travel
Jasa profesional	15.151.160.942	302.536.264	Professional fees
Barang cetakan dan alat tulis	12.311.160.446	6.671.571.312	Printing and stationery
Sewa	4.936.655.588	3.920.229.938	Rental
Sumbangan dan hiburan	4.053.108.950	3.554.985.485	Donation and entertainment
Pajak dan perijinan	2.580.368.378	263.944.688	Taxes and licenses
Asuransi	1.852.613.842	1.477.016.732	Insurance
Rekrutmen	656.047.492	6.111.787.865	Recruitment
Perbaikan dan pemeliharaan	342.634.135	550.873.403	Repairs and maintenance
Lain-lain	11.574.368.464	14.085.771.733	Others
Jumlah	1.876.101.745.607	1.283.950.832.627	Total

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun yang Berakhir
31 Desember 2016 dan 2015
(Angka – angka Disajikan dalam Rupiah,
kecuali Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended
December 31, 2016 and 2015
(Figures are Presented in Rupiah,
unless Otherwise Stated)

24. Beban Pokok Penjualan

24. Cost of Goods Sold

	2016	2015	
Bahan baku dan pembungkus yang digunakan	10.935.414.476.503	7.930.102.784.449	Raw and packing materials used
Tenaga kerja langsung	950.891.663.508	689.758.691.824	Direct labor
Biaya produksi tidak langsung	2.078.198.543.483	1.731.924.632.210	Factory overhead
Jumlah Biaya Produksi	13.964.504.683.494	10.351.786.108.483	Total Manufacturing Costs
Persediaan barang dalam proses			Work in process
Awal tahun	293.010.131.373	542.758.711.898	At beginning of year
Akhir tahun (Catatan 6)	(746.341.540.285)	(293.010.131.373)	At end of year (Note 6)
Beban Pokok Produksi	13.511.173.274.582	10.601.534.689.008	Cost of Goods Manufactured
Persediaan barang jadi			Finished goods
Awal tahun	241.761.894.905	260.621.721.737	At beginning of year
Akhir tahun (Catatan 6)	(303.397.727.041)	(241.761.894.905)	At end of year (Note 6)
Beban Pokok Penjualan	13.449.537.442.446	10.620.394.515.840	Cost of Goods Sold

Tidak terdapat pembelian kepada satu pihak yang melebihi 10% dari jumlah penjualan bersih untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2016 dan 2015.

There were no purchases from any party which exceeded 10% of total net sales for the years ended December 31, 2016 and 2015.

25. Beban Usaha

25. Operating Expenses

Rincian dari beban usaha adalah sebagai berikut:

The details of operating expenses are as follows:

a. Beban penjualan

a. Selling Expenses

	2016	2015	
Iklan dan promosi	1.680.155.238.077	1.528.573.888.504	Advertising and promotions
Pengiriman	222.207.470.325	183.931.115.109	Freight out
Gaji	85.134.535.147	66.984.405.344	Salaries
Survei dan penelitian	34.691.724.599	24.821.247.935	Survey and research
Perjalanan dinas	17.693.201.826	18.332.990.478	Travel
Barang cetakan dan alat tulis	17.091.128.385	12.311.160.446	Printing and stationery
Sewa	7.270.188.214	4.936.655.588	Rental
Asuransi	2.771.168.207	1.852.613.842	Insurance
Sumbangan dan hiburan	2.511.633.287	4.053.108.950	Donation and entertainment
Jasa profesional	2.044.824.327	15.151.160.942	Professional fee
Pajak dan perijinan	1.992.076.088	2.580.368.378	Taxes and licenses
Perbaikan dan pemeliharaan	479.520.097	342.634.135	Repairs and maintenance
Lain-lain	3.971.062.078	12.230.415.956	Others
Jumlah	2.078.013.791.657	1.876.101.745.607	Total

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun yang Berakhir pada Tanggal
31 Desember 2012 dan 2011
(Angka – angka Disajikan dalam Rupiah, kecuali
Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended
December 31, 2012 and 2011
(Figures are Presented in Rupiah, unless Otherwise
Stated)

- e. Grup memperoleh fasilitas *letter of credit* (*sight, usance, UPAS*) dari PT Bank ANZ Indonesia dengan kredit maksimum keseluruhan sebesar US\$ 32.000.000. Fasilitas ini digunakan untuk membiayai impor bahan baku. Sampai dengan 31 Desember 2012, fasilitas ini belum digunakan seluruhnya.
- f. Perusahaan memperoleh fasilitas *Letter of Credit Sight* dengan jumlah maksimum sebesar US\$ 50.000.000 dari PT Bank Central Asia Tbk yang digunakan untuk jaminan pembayaran import mesin produksi. Perusahaan juga memperoleh fasilitas *forex line* dengan jumlah maksimum US\$ 2.000.000 yang digunakan untuk import bahan baku. Pada tahun 2012 dan 2011, fasilitas ini sudah digunakan.
- e. The Group obtained Sight LC, Usance LC and Usance Payable At Sight (UPAS) facilities with a maximum credit limit of US\$ 32,000,000 from PT Bank ANZ Indonesia. These facilities will be used for the importation of raw materials. As of December 31, 2012, the abovementioned facilities had not been fully-utilized.
- f. The Company obtained Sight Letters of Credit with maximum amount of US\$ 50,000,000 which will be used as guarantee for importating machineries; and also Forex Line facility with maximum amount of US\$ 2,000,000 which will be used for importing of raw materials. As of December 31, 2012 and 2011, the abovementioned facilities had been used.

36. Informasi Segmen

Segmen Informasi Primer

Segmen operasi dilaporkan sesuai dengan pelaporan internal kepada pembuat keputusan operasional, yang bertanggung jawab atas alokasi sumber daya ke masing-masing segmen yang dilaporkan serta menilai kinerja masing-masing segmen tersebut. Grup memiliki tiga (3) segmen yang dilaporkan meliputi usaha pengolahan makanan, usaha pengolahan kopi bubuk dan instan serta biji kakao dan usaha jasa keuangan.

36. Segment Information

Operating Segment

Operating segments are reported in accordance with the internal reporting provided to the chief operating decision maker, which is responsible for allocating resources to the reportable segments and assesses its performance. The Group has three (3) reportable segments including food processing, coffee powder, instant coffee and cocoa beans processing and financial services.

2012	Pengolahan Makanan/ Food processing	Pengolahan kopi bubuk dan instan serta biji kakao/ Processing of coffee powder, instant coffee and cocoa beans	Lainnya/ Others	Eliminasi/ Elimination	Konsolidasi/ Consolidated
PENDAPATAN/REVENUES					
Penjualan eksteri/External sales	5.201.208.006.649	5.309.357.663.183	-	-	10.510.625.669.832
Penjualan intern/Internal sales	137.482.649.750	46.176.199.365	-	(182.658.849.115)	-
Jumlah pendapatan/War sales	5.338.750.656.399	5.354.533.862.548	-	(182.658.849.115)	10.510.625.669.832
HASIL/RESULT					
Hasil segmen/Segment results	1.291.576.864.523	1.052.603.638.877	-	1.432.615.040	2.345.616.118.440
Beban usaha/Operating expenses	640.535.573.739	546.190.675.475	2.330.052.786	-	1.188.056.302.000
Laba (rugi) operasi/Income (loss) from operations	651.044.290.784	506.412.963.402	(2.330.052.786)	1.432.615.040	1.156.559.816.440
Beban bunga/Interest expense	(163.340.489.137)	(60.020.130.718)	-	-	(223.360.619.855)
Pendapatan bagi hasil Sukuk Mudharabah/ Sukuk Mudharabah income sharing	(40.791.696.699)	-	-	-	(40.791.696.699)
Penghasilan bunga/Interest income	17.100.785.707	708.394.781	831.183.241	-	18.638.363.729
Beban lain-lain bersih/Other expenses - net	31.854.732.571	16.524.538.454	1.518.500.208	(1.128.597.963)	48.799.173.270
Laba sebelum pajak/Income before tax					959.815.066.915
Pajak penghasilan/Tax expense					(215.396.662.605)
Laba periode berjalan/Net income					744.428.404.310
Laba yang dapat didistribusikan kepada/Income attributable to :					
Pemilik ekuitas induk/Owners of the Company					
Kepentingan nonpengendali/Non-controlling interests					
					729.634.186.606
					14.794.217.703
					744.428.404.309

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013
dan 2012
(Angka – angka Disajikan dalam Rupiah, kecuali
Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended December 31, 2013 and 2012
(Figures are Presented in Rupiah, unless
Otherwise Stated)

35. Informasi Segmen

Segmen Informasi Primer

Segmen operasi dilaporkan sesuai dengan pelaporan internal kepada pembuat keputusan operasional, yang bertanggung jawab atas alokasi sumber daya ke masing-masing segmen yang dilaporkan serta menilai kinerja masing-masing segmen tersebut. Grup memiliki tiga (3) segmen yang dilaporkan meliputi usaha pengolahan makanan, usaha pengolahan kopi bubuk dan instan serta biji kakao dan usaha jasa keuangan.

35. Segment Information

Operating Segment

Operating segments are reported in accordance with the internal reporting provided to the chief operating decision maker, which is responsible for allocating resources to the reportable segments and assesses its performance. The Group has three (3) reportable segments including food processing, coffee powder, instant coffee and cocoa beans processing and financial services.

2013	Pengolahan Makanan/ Food processing	Pengolahan kopi bubuk dan instan serta biji kakao/ Processing of coffee powder, instant coffee and cocoa beans	Lainnya/ Others	Eliminasi/ Elimination	Konsolidasi/ Consolidated
PENDAPATAN/REVENUES					
Penjualan eksteri/External sales	6.668.152.722.730	5.340.684.410.607	-	-	12.017.837.133.337
Penjualan interni/Internal sales	33.720.961.952	1.139.520.219.662	-	(1.173.247.181.614)	-
Jumlah pendapatan/Net sales	6.701.873.684.682	6.480.210.630.269	-	(1.173.247.181.614)	12.017.837.133.337
HASIL/RESULT					
Hasil segmen/Segment results	1.755.682.139.828	1.165.983.701.656	-	-	2.921.665.841.484
Beban usaha/Operating expenses	913.428.422.809	700.975.604.546	2.451.516.740	-	1.616.856.544.095
Laba (rugi) operasi/Income (loss) from operations	842.252.717.019	465.008.097.110	(2.451.516.740)	-	1.304.809.297.689
Beban bunga/Interest expense	(174.341.636.688)	(82.499.511.986)	-	-	(256.841.148.674)
Pendapatan bagi hasil Sukuk Mudharabah/ Sukuk Mudharabah income sharing	(32.388.888.893)	-	-	-	(32.388.888.893)
Penghasilan bunga/Interest income	20.186.718.455	2.483.644.173	2.479.806.038	-	25.150.169.666
Beban lain-lain bersih/Other expenses - net	200.265.474.841	113.710.448.546	1.368.143.392	-	315.344.066.779
Laba sebelum pajak/Income before tax					1.356.073.496.357
Pajak penghasilan/Tax expense					297.654.557.305
Laba periode berjalan/Net income					1.058.418.939.252

2013	Pengolahan Makanan/ Food processing	Pengolahan kopi bubuk dan instan serta biji kakao/ Processing of coffee powder, instant coffee and cocoa beans	Lainnya/ Others	Eliminasi/ Elimination	Konsolidasi/ Consolidated
------	----------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------	---------------------------	------------------------------

INFORMASI LAINNYA/OTHER INFORMATION

ASET/ASSETS					
Aset segmen/Segment assets	7.658.546.594.310	3.755.610.781.093	120.223.168.165	(2.063.983.995.200)	9.471.396.510.278 *)
LIABILITAS/LIABILITIES					
Liabilitas segmen/Segment liabilities	3.767.841.856.543	1.941.940.328.093	25.962.134.351	(76.002.004.703)	5.659.782.314.284 **)
Pengeluaran modal/Capital expenditures	523.280.544.235	97.794.673.855	475.000.000	(135.000.000)	621.403.618.090
Penyusutan/Depreciation	226.770.456.395	135.937.578.987	1.689.860.262	-	364.397.915.644
Beban non kas selain penyusutan dan amortisasi/Non-cash expenses other than depreciation and amortization					

*) Tidak termasuk aset pajak tangguhan dan pajak dibayar dimuka/Excludes deferred tax assets and prepaid taxes

**) Tidak termasuk liabilitas pajak tangguhan dan utang pajak/Excludes deferred tax liabilities and taxes payable

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun Yang Berakhir 31 Desember 2014 dan 2013
(Angka – angka Disajikan dalam Rupiah,
kecuali Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended December 31, 2014 and 2013
(Figures are Presented in Rupiah,
unless Otherwise Stated)

35. Informasi Segmen

Segmen Informasi Primer

Segmen operasi dilaporkan sesuai dengan pelaporan internal kepada pembuat keputusan operasional, yang bertanggung jawab atas alokasi sumber daya ke masing-masing segmen yang dilaporkan serta menilai kinerja masing-masing segmen tersebut. Grup memiliki tiga (3) segmen yang dilaporkan meliputi usaha pengolahan makanan, usaha pengolahan kopi bubuk, dan instan serta biji kakao dan usaha jasa keuangan.

35. Segment Information

Operating Segment

Operating segments are reported in accordance with the internal reporting provided to the chief operating decision maker, which is responsible for allocating resources to the reportable segments and assesses its performance. The Group has three (3) reportable segments including food processing, coffee powder, instant coffee, and cocoa beans processing and financial services.

2014	Pengolahan Makanan/ Food processing	Pengolahan kopi bubuk dan instan serta biji kakao/ Processing of coffee powder, instant coffee and cocoa beans	Lainnya/ Others	Eliminasi/ Elimination	Konsolidasi/ Consolidated
Laporan Laba Rugi Komprehensif Konsolidasian/ Consolidated Statement of Comprehensive Income					
PENDAPATAN/REVENUES					
Penjualan eksteri/External sales	7.885.559.532.258	6.283.528.745.990	-	-	14.169.088.278.238
Penjualan intern/Internal sales	95.339.674.329	610.925.548.620	-	(706.265.222.949)	-
Jumlah pendapatan/Net sales	7.980.899.206.587	6.894.454.294.600	-	(706.265.222.949)	14.169.088.278.238
HASIL/RESULT					
Hasil segmen/Segment results	1.531.286.698.710	1.005.189.072.756	-	(1.249.962.698)	2.535.225.808.768
Beban usaha/Operating expenses	992.065.032.817	656.762.380.372	5.101.037.437	-	1.643.929.450.626
Laba (rugi) operasi/Income (loss) from operations	549.221.665.893	348.426.692.384	(5.101.037.437)	(1.249.962.698)	891.297.358.142
Beban bunga/Interest expense	(220.589.572.468)	(137.843.388.969)	-	-	(358.432.961.457)
Pendapatan bagi hasil Sukuuk Mudharabah/ Sukuk Mudharabah income sharing	(20.891.616.252)	-	-	-	(20.891.616.252)
Penghasilan bunga/Interest income	18.445.291.822	10.407.065.277	5.805.517.996	-	32.657.875.095
Beban lain-lain bersih/Other expenses - net	(5.374.458.336)	(8.592.256.668)	(962.903.518)	(6.250)	(14.929.624.773)
Laba sebelum pajak/Income before tax					529.701.030.755
Pajak penghasilan/Tax expense					119.876.262.161
Laba periode berjalan/Net income					409.824.768.594
Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian/ Consolidated Statement of Financial Position					
ASET/ASSETS					
Aset segmen/Segment assets*	5.458.588.923.884	4.418.672.773.279	47.489.224.682	(151.128.262.849)	9.773.622.658.996
LIABILITAS/LIABILITIES					
Liabilitas segmen/Segment liabilities**	3.641.084.429.842	2.548.914.051.938	25.945.713.471	(68.774.019.643)	6.147.170.175.608
Informasi Lainnya/Other Information					
Pengeluaran modal/Capital expenditures	508.205.922.902	389.519.266.940	-	-	897.725.189.842
Penyusutan/Depreciation	268.525.688.209	140.760.195.064	1.697.171.632	-	410.983.034.905
Beban non kas selain penyusutan dan amortisasi/Non-cash expenses other than depreciation and amortization					

* Tidak termasuk aset pajak tangguhan dan pajak dibayar dimuka/Excludes deferred tax assets and prepaid taxes

** Tidak termasuk liabilitas pajak tangguhan dan utang pajak/Excludes deferred tax liabilities and taxes payable

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun Yang Berakhir
31 Desember 2015 dan 2014
(Angka-angka Disajikan dalam Rupiah,
kecuali Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended
December 31, 2015 and 2014
(Figures are Presented in Rupiah,
unless Otherwise Stated)

i. Grup memperoleh fasilitas *Import Loan Facilities, Shipping Guarantee Facilities, Import LC, Credit Bills Negotiated-Discrepant Facility, Short-term Facility* dan *Import Invoice Financing* dari PT Standard Chartered Bank dengan jumlah maksimum sebesar US\$ 20.000.000. Pada tanggal 31 Desember 2015 fasilitas ini belum digunakan.

i. The Group obtained *Import Loan Facilities, Shipping Guarantee Facilities, Import LC and Credit Bills Negotiated-Discrepant Facility, Short-term Facility* and *Import Invoice Financing* from PT Standard Chartered Bank with maximum loanable amount of US\$ 20,000,000. As of December 31, 2015 this facility has not yet been utilized.

34. Informasi Segmen

Segmen Informasi Primer

Segmen operasi dilaporkan sesuai dengan pelaporan internal kepada pembuat keputusan operasional, yang bertanggung jawab atas alokasi sumber daya ke masing-masing segmen yang dilaporkan serta menilai kinerja masing-masing segmen tersebut. Grup memiliki tiga (3) segmen yang dilaporkan meliputi usaha pengolahan makanan, usaha pengolahan kopi bubuk, dan instan serta biji kakao dan usaha jasa keuangan.

34. Segment Information

Operating Segment

Operating segments are reported in accordance with the internal reporting provided to the chief operating decision maker, which is responsible for allocating resources to the reportable segments and assesses its performance. The Group has three (3) reportable segments including food processing, coffee powder, instant coffee, and cocoa beans processing and financial services.

2015	Pengolahan Makanan/ Food processing	Pengolahan kopi bubuk dan instan serta biji kakao/ Processing of coffee powder, instant coffee and cocoa beans	Lainnya/ Others	Eliminasi/ Elimination	Konsolidasi/ Consolidated
Laporan Laba Rugi dan Penhasilan Komprehensif Lain Konsolidasian/ Consolidated Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income					
PENDAPATAN/REVENUES					
Penjualan ektern/External sales	7.597.061.236.632	7.221.669.399.215	-	-	14.818.730.635.847
Penjualan intern/Internal sales	76.531.996.320	466.155.906.826	-	(542.687.903.146)	-
Jumlah pendapatan/Net sales	7.673.593.232.952	7.687.825.306.041	-	(542.687.903.146)	14.818.730.635.847
HASIL/RESULT					
Hasil segmen/Segment results	2.078.077.844.517	2.119.616.427.406	-	641.848.084	4.198.336.120.007
Beban usaha/Operating expenses	1.299.091.532.663	1.032.963.004.716	3.660.749.641	-	2.335.715.287.020
Labanya (rugi) operasi/Income (loss) from operations	778.986.311.854	1.086.653.422.690	(3.660.749.641)	641.848.084	1.862.620.832.987
Beban bunga/Interest expense	(208.811.601.243)	(169.839.939.594)	-	-	(378.651.540.837)
Pendapatan bagi hasil Sukuk Mudharabah/ Sukuk Mudharabah income sharing	(20.805.610.860)	-	-	-	(20.805.610.860)
Penghasilan bunga/Interest income	6.936.577.384	8.477.811.017	1.574.560.651	-	16.988.949.052
Penghasilan (beban) lain-lain bersih/ Other income (expenses) - net	51.051.968.828	254.362.316.556	(640.715.608)	(144.431.434.317)	160.342.135.459
Labanya (rugi) sebelum pajak/ Income (loss) before tax	607.357.645.963	1.179.653.610.669	(2.726.904.598)	(143.789.595.233)	1.640.494.765.801
Pajak penghasilan/Tax expense	-	-	-	-	390.261.637.241
Labanya periode berjalan/Net income	-	-	-	-	1.250.233.128.560

PT MAYORA INDAH Tbk DAN ENTITAS ANAK
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
Untuk Tahun-tahun yang Berakhir
31 Desember 2016 dan 2015
(Angka – angka Disajikan dalam Rupiah,
kecuali Dinyatakan Lain)

PT MAYORA INDAH Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
Notes to Consolidated Financial Statements
For the Years Ended
December 31, 2016 and 2015
(Figures are Presented in Rupiah,
unless Otherwise Stated)

2016	Pengolahan Makanan/ Food processing	Pengolahan kopi bubuk dan kopi instan serta biji coklat/ Processing of coffee powder, instant coffee and cocoa beans	Lainnya/ Others	Eliminasi/ Elimination	Konsolidasi/ Consolidated
Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Lain Konsolidasian/ Consolidated Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income					
PENDAPATAN/REVENUES					
Penjualan eksternal/External sales	9.759.233.809,307	8.590.726.088,961	-	-	18.349.959.898,358
Penjualan intern/Internal sales	27.674.661,363	589.386.453,875	-	(617.061.115,238)	-
Jumlah pendapatan/Net sales	9.786.908.470,760	9.180.112.542,836	-	(617.061.115,238)	18.349.959.898,358
HASIL/RESULT					
Hasil segmen/Segment results	2.406.724.879,669	2.493.206.051,611	-	491.524.632	4.900.422.455,912
Beban usaha/Operating expenses	1.396.630.765,166	1.186.227.582,924	2.321.822,205	42.750	2.585.180.213,045
Laba (rugi) operasi/profit (loss) from operations	1.010.094.114,503	1.306.978.468,687	(2.321.822,205)	491.481.882	2.315.242.242,867
Beban bunga/Interest expense	(219.272.453,293)	(137.441.624,170)	-	-	(356.714.077,463)
Pendapatan bagi hasil Sukuk Mudharabah/ Sukuk Mudharabah income sharing	(20.805.610,860)	-	-	-	(20.805.610,860)
Penghasilan bunga/Interest income	6.118.228,323	7.366.778,683	1.402.755,240	-	14.887.762,246
Beban lain-lain bersih/Other expenses - net	82.291.575,373	(36.309.887,195)	918.048,016	(153.826.783,746)	(106.927.047,552)
Laba sebelum pajak/Profit before tax	858.425.854,046	1.140.593.736,005	(1.018,949)	(153.335.301,864)	1.845.683.269,238
Pajak penghasilan/Tax expense	-	-	-	-	457.007.141,573
Laba tahun berjalan/Profit for the year	-	-	-	-	1.388.676.127,665
Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian/ Consolidated Statement of Financial Position					
ASET/ASSETS					
Aset segmen/Segment assets*	6.783.002.039,522	5.738.087.884,314	48.226.846,767	(162.662.210,975)	12.406.654.559,628
LIABILITAS/LIABILITIES					
Liabilitas segmen/Segment liabilities**	4.243.354.198,546	2.304.735.136,211	27.361.734,408	(83.530,522,173)	6.491.920.546,992
Informasi Lainnya/Other Information					
Pengeluaran modal/Capital expenditures	529.830.337,082	73.974.845,668	-	(93.000,000)	603.712.182,750
Penyusutan/Depreciation	318.016.592,307	195.693.714,521	1.260.645,485	(491.481,982)	514.679.470,431
Beban non kas selain penyusutan dan amortisasi/Non-cash expenses other than depreciation and amortization	-	-	-	-	-

* Tidak termasuk aset pajak tangguhan dan pajak dibayar dimuka/Excludes deferred tax assets and prepaid taxes

** Tidak termasuk liabilitas pajak tangguhan dan utang pajak/Excludes deferred tax liabilities and taxes payable

UNIVERSITAS MUSLIM MAROS

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kampus 1 : Jalan Dr. Ratulangi No.62 Maros Sulawesi Selatan, Telp: (0411) 8938018
e-mail: lppnummayapmmaros@gmail.com, Kode Pos 90511
Kampus 2 : Jalan Kokoa - Pamelakkang Je ne Kelurahan Allepolea Kecamatan Lau Kabupaten Maros



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Maros, 07 April 2018

Nomor : 015/LPPM-UMMA/IV/2018
Lampiran : 1 (satu) exemplar
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Pimpinan Bursa Efek Indonesia (BEI) Perwakilan Makassar
Di-
Makassar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Rahmat Allah SWT, kami menyampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini.

Nama : Hardianti
NIM : 1460302207
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Keuangan

Akan melaksanakan penelitian dalam rangka pembuatan skripsi dengan judul:

“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Pada PT. Mayora Indah Tbk. Tahun 2012-2016)”

Atas izin dan bantuan yang diberikan kami sampaikan terima kasih.
Wassalamu alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Ketua LPPM-UMMA

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

Tembusan Kepada Yth:

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



FORMULIR KETERANGAN

Nomor : Form-Riset- /BEI.PWI/07-2018
Tanggal : 12 Juli 2018

Kepada Yth. : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros

Alamat : Jl. Dr. Ratulangi No. 62, Maros

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Hardianti
NIM : 1460302207
Jurusan : Manajemen Keuangan

Telah menggunakan data data yang tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk penyusunan skripsi dengan judul "**Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus pada PT Mayora Indah Tbk. Tahun 2012-2016)**"

Selanjutnya mohon untuk mengirimkan 1 (satu) copy skripsi tersebut sebagai bukti bagi kami dan untuk melengkapi Referensi Penelitian di Pasar Modal Indonesia.

Hormat kami,

Fahmin Amirullah
Kepala Kantor Perwakilan Makassar

UNIVERSITAS MUSLIM MAROS

Kampus 1: Jl. Dr. Rahleng No 62 Maros Sulawesi Selatan, e-mail: info@umma.ac.id, Kode Pos 90511
 Kampus 2: Jalan Kotos - Pematangjung, Jl. no Keturunan Algepala Kecamatan Lau Kabupaten Maros



KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PROPOSAL DAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Hardianti**
 Nomor Induk Mahasiswa : **1460302209**
 Program Studi : **Manajemen Keuangan**
 Pembimbing I : **Dr. DAHLAN, SE., MM.**
 Pembimbing II : **HARTO HARAHAN OTOLUWA, SE., MM.**
 Judul Penelitian : **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Pada PT. Mayora Indah Tbk. Tahun 2012 - 2016**

MATERI BIMBINGAN					
HARI/TANGGAL	MATERI BIMBINGAN I	TANDA TANGAN	HARI/TANGGAL	MATERI BIMBINGAN II	TANDA TANGAN
Konors	Konsultasi skripsi		08/01/18	Konultasi BAB IV	
2-08-18	Perbaikan skripsi		08/01/18	Konultasi BAB V	
12-08-18	Revisi skripsi		08/01/18	Konultasi BAB VI	
	Revisi skripsi		08/01/18	Konultasi BAB VII	
	Revisi skripsi		08/01/18	Konultasi BAB VIII	
	Revisi skripsi		08/01/18	Konultasi BAB IX	
	Revisi skripsi		08/01/18	Konultasi BAB X	

RIWAYAT HIDUP



HARDIANTI lahir di pangkep pada tanggal 03 Maret 1995, merupakan anak ketiga dari 5 bersaudara dari pasangan dari Bapak Muhdin Ibu dan Hj. Muliati. Penulis Berkebangsaan Indonesia dan Beragama Islam. Alamat penulis di Jln. Hj. Gassing kecamatan pangkajenne kabupaten pangkep Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun riwayat Pendidikan Penulis yaitu pada tahun 2008 lulus dari SD Negeri 38 bonto perak kemudian melanjutkan di MTs DDI Baru –Baru Tanga dan lulus pada tahun 2011. Dan melanjutkan ke SMKN 2 Bungoro pangkep dan lulus pada tahun 2014. Setelah itu ia melanjutkan dibangku kuliah dikampus Yayasan Perguruan Islam Maros (YAPIM) yang kini beralih menjadi Universitas Muslim Maros (UMMA), mengambil Program Studi (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis dan mengambil Konsentrasi Manajemen keuangan pada semester akhir tahun 2018 penulis telah menyelesaikan Skripsinya dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**