



PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA PT PP LONDON SUMATERA INDONESIA, TBK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Oleh :

Irpan Januarsah

S1 Akuntansi

Jubi, Ady Inrawan, Debi Eka Putri

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran biaya produksi, biaya pemasaran dan laba perusahaan serta pengaruh gambaran biaya produksi, biaya pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Analisis Deskriptif Kualitatif dan Analisis Deskriptif Kuantitatif. Penelitian ini dilakukan berdasarkan data sekunder dari laporan laba rugi komprehensif konsolidasian PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia.

Hasil Penelitian dapat disimpulkan bahwa, gambaran biaya produksi dan biaya pemasaran cenderung meningkat sedangkan laba perusahaan cenderung menurun. Hasil regresi linear biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk. Hasil uji koefisien korelasi dan determinasi biaya produksi dan biaya pemasaran dengan laba perusahaan memiliki hubungan yang sangat kuat dan biaya produksi dan biaya pemasaran mempengaruhi laba sebesar 67,1% selebihnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 diterima yang artinya biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap laba baik secara simultan maupun parsial.

Saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya perusahaan menggunakan metode *full costing* untuk menentukan nilai biaya produksi, membebankan biaya angkut dan sewa kepada pembeli untuk menurunkan biaya pemasaran serta melakukan pertanggungjawaban laba untuk mengendalikan biaya produksi dan biaya pemasaran.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Laba Perusahaan

Abstract

The purpose of this research is to know the description of production costs, marketing costs and profit of the company as well as the influence of the image of the production costs, marketing costs against earnings the company PT PP London Sumatra Indonesia Tbk, which is listed on the stock The Effect Of Indonesia. The research was conducted using a descriptive analysis of the qualitative and Quantitative Descriptive Analysis. This research was conducted based on secondary data from the consolidated statements of comprehensive income statement PT PP London Sumatra Indonesia Tbk obtained from Indonesia stock exchange.

Research results can be concluded that, the image production costs and marketing costs tend to rise while the company's earnings are likely to decline. Linear regression results the production costs and marketing costs are insignificant negative effect against the profits of the company at PT PP London Sumatra Indonesia Tbk. correlation coefficient test results and the determination of the production costs and marketing costs with profit the company has a very strong relationship and production costs and marketing costs affect the profit of 67.1% the rest is explained by other factors not included in the regression model. Test results showed that the hypothesis H_0 is accepted which means production costs and marketing costs take effect is not significantly to profit either simultaneously or partial.

Advice that can be given is the company should use the full costing method to determine the value of the production cost, charge transport and rent to the buyer to lower marketing costs and profit responsibility for controlling production costs and marketing costs.

Keyword: Production Costs, Marketing Costs and Profits of the Company

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tujuan perusahaan itu sama yaitu memperoleh laba yang sebesar-besarnya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Pengendalian biaya merupakan salah satu faktor penting dalam efektivitas perusahaan, serta diperlukan pengendalian dan pengawasan terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan, baik biaya produksi dan biaya pemasaran untuk menghasilkan produk dan memasarkan produk tersebut hingga sampai ke tangan konsumen sehingga meningkatkan laba yang diharapkan sebagai tujuan dari perusahaan.

Berkembangnya perusahaan dan laba yang dicapai oleh sebuah perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjalankan kegiatan yang berkenaan dengan operasinya. Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai kinerja perusahaan. Apabila tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Berikut ini disajikan gambaran biaya produksi, biaya pemasaran, dan laba perusahaan yang terdapat pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011-2017 pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1
Gambaran Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, dan Laba Bersih pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tahun	Biaya Produksi (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)	Laba Bersih (Rp)
2011	2.377.591.000.000	22.873.000.000	1.701.513.000.000
2012	2.828.298.000.000	59.000.000.000	1.115.539.000.000
2013	2.616.024.000.000	84.904.000.000	768.625.000.000
2014	3.110.571.000.000	46.331.000.000	916.695.000.000
2015	3.092.691.000.000	54.381.000.000	623.309.000.000
2016	2.910.113.000.000	60.868.000.000	592.769.000.000
2017	3.110.124.000.000	83.584.000.000	763.423.000.000
Rata-rata	2.863.630.285.714	58.848.714.286	925.981.857.143

Sumber: www.idx.co.id, data diolah

Dari tabel 1, biaya produksi dan biaya pemasaran terlihat cenderung meningkat sedangkan laba perusahaan terlihat cenderung menurun pada PT PP London Sumatera

Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017.

1.2. Rumusan Masalah

- Bagaimana gambaran biaya produksi, biaya pemasaran dan laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Bagaimana pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia baik secara simultan maupun secara parsial.

1.3. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui Bagaimana gambaran biaya produksi, biaya pemasaran dan laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia baik secara simultan maupun secara parsial.

1.4. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan cara mengakses dari situs <http://www.idx.co.id>. Desain penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Teknik analisa data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisa deskriptif kualitatif, analisa deskriptif kuantitatif.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Akuntansi

Menurut pendapat Rudianto (2012:4), "akuntansi adalah aktivitas mengumpulkan, menganalisis, menyajikan dalam bentuk angka, mengklaifikasikan, mencatat, meringkas, dan melaporkan aktivitas/transaksi suatu badan usaha dalam bentuk informasi keuangan".

Menurut Martani dkk, (2014:4), tujuan akuntansi adalah untuk menghasilkan informasi yang menjelaskan kinerja keuangan entitas dalam suatu periode tertentu.

Menurut Astuty (2014:6), "pengguna laporan keuangan merupakan pihak-pihak eksternal/luar dari perusahaan sangat berkepentingan terhadap penyediaan informasi laporan akuntansi yang menunjukkan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan untuk kebutuhan manajemen dalam menjalankan fungsinya. Pemakai diluar perusahaan seperti pemegang saham, kreditor, analis keuangan, karyawan, instansi pemerintah dan lainnya".

2.2. Biaya

Pendapat Mulyadi (2014:8-9) mengenai biaya dalam arti luas, adalah "pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva".

Sedangkan menurut Astuty (2014:24), "biaya (*cost*) adalah sejumlah pengorbanan kas atau setara kas untuk mendapatkan barang atau jasa, yang diharapkan dapat memberikan manfaat atau keuntungan pada masa yang akan datang. Serta menurut

2.3. Akuntansi Biaya

Menurut Horngren, Srikant dan George (2008:3), "akuntansi biaya merupakan kegiatan mengukur, menganalisis, dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi".

Menurut Mulyadi (2014:465), berdasarkan perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan, yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel.

1. Biaya tetap, yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.
2. Biaya variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
3. Biaya semi variabel, yaitu biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel di dalamnya.

Menurut Horngren, Srikant dan George (2008:3), Akuntansi biaya bertujuan untuk mengukur dan melaporkan setiap informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau pemanfaatan sumberdaya dalam suatu organisasi.

2.4. Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2014:14), "biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual". Menurut Mulyadi (2014:14), menurut objek pengeluarannya, biaya produksi memiliki unsur-unsur sebagai berikut, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut juga dengan istilah biaya utama, sedangkan biaya tenaga kerja

langsung dan biaya overhead pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi, merupakan biaya untuk mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi.

Menurut Astuty (2014:52), metode penentuan biaya produksi yaitu metode *full costing* dan metode *direct costing*.

1. Metode *full costing / adsorption* adalah pengorbanan sumberdaya untuk menghasilkan barang atau jasa, dimana unsur-unsurnya adalah biaya bahan langsung, upah langsung, biaya overhead pabrik tetap dan biaya overhead prik variabel.
2. Metode *direct costing* merupakan cara penentuan harga pokok produksi yang membebaskan biaya produksi yang berubah sesuai dengan perubahan volume produksi. Unsur-unsurnya adalah biaya bahan langsung, upah langsung dan biaya overhead pabrik variabel.

2.5. Biaya Pemasaran

Pengertian biaya pemasaran dalam arti luas oleh Mulyadi (2014:487-488), dikatakannya "biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk tunai. Sedangkan dalam arti sempit biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar".

Menurut Mulyadi (2014:488), secara garis besar biaya pemasaran dapat dibagi menjadi dua golongan:

1. Biaya untuk mendapatkan pesanan (*order-getting costs*). Merupakan semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan, biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya gaji wiraniaga (*salesperson*), komisi penjualan, advertensi, dan biaya promosi.
2. Biaya untuk memenuhi pesanan (*order-filling costs*), yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ketangan pembeli dan biaya untuk mengumpulkan uang dari pembeli. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya pergudangan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biaya angkut dan biaya penagihan.

2.6. Laba Perusahaan

Soemarso (2004:252) dalam pendapatnya dikemukakan laba bersih, yaitu selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua biaya dan

kerugian. Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal". Menurut Soemarso (2004:74), terdapat empat jenis laba yang dapat kita ketahui, yaitu:

1. Laba bersih, yaitu selisih lebih pendapatan atas beban-beban dan merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.
2. Laba kotor, yaitu selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.
3. Laba usaha, yaitu jumlah akumulasi laba bersih dari beban usaha atau laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.
4. Laba ditahan, yaitu jumlah akumulasi laba bersih dari sebuah perseroan terbatas dikurangi distribusi laba yang dilakukan.

Menurut Martani dkk, (2014:114), unsur-unsur laba meliputi:

1. Penghasilan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi yang menyebabkan kenaikan aset neto (ekuitas), dalam bentuk penanaman atau pemasukan aset atau penurunan liabilitas, yang tidak berasal dari kontribusi pemilik modal.
2. Beban. Penurunan manfaat ekonomi (selama 1 periode akuntansi). Menyebabkan aset neto (ekuitas) bentuk arus keluar menurun (berkurangnya aset)/bertambahnya liabilitas, dimana bukan termasuk distribusi kepada pemilik.

Menurut Halim dan Bambang (2009:49), faktor yang mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Biaya, yaitu biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
2. Harga jual, yaitu harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
3. Volume penjualan dan produksi. Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi (jasa). Dan volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.7. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Perusahaan

Rahmanita (2017:72), dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba

bersih, hal ini ditunjukkan dengan semakin besarnya biaya produksi diharapkan bisa meningkatkan penjualan sehingga meningkatkan laba perusahaan.

Sedangkan menurut Ibrahim (2011:62), dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh biaya produksi, biaya pemasaran dan gaji karyawan terhadap hasil penjualan, menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya pemasaran dan gaji karyawan berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan.

3. PEMBAHASAN

3.1. Analisis

3.1.1. Analisis Deskripsi Kualitatif

3.1.1.1. Gambaran Biaya Produksi pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017

Berikut ini gambaran biaya produksi pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017:

Tabel 2
Gambaran Biaya Produksi pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017 (dalam jutaan)

TAHU N	JENIS BIAYA						TOTAL (Rp)
	Pembelian Buah (Rp)	Alokasi Biaya Tak Lngsng (Rp)	Pemupukan Dan Pemeliharaan (Rp)	Panen (Rp)	Penyusutan Dan Amortisasi (Rp)	Pabrikasi (Rp)	
2011	953.842	394.518	368.299	271.853	231.232	157.847	377.591
2012	982.188	520.152	537.502	349.339	246.307	192.810	828.298
2013	673.902	546.341	480.885	406.361	286.042	222.493	616.024
2014	981.219	664.907	457.044	484.257	275.504	247.640	110.571
2015	964.635	668.768	399.238	491.892	315.933	252.225	092.691
2016	825.453	604.304	357.259	526.033	351.799	245.265	910.113
2017	759.637	662.042	482.019	573.891	370.611	261.924	110.124
Rata rata	877.268	580.147	440.321	443.375	296.775	225.743	863.630
Min	673.902	394.518	357.259	271.853	231.232	157.847	377.591
Maks	982.188	668.768	537.502	573.891	370.611	261.924	110.571

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 2, tampak biaya produksi cenderung meningkat. Hal ini disebabkan terdapat peningkatan yang signifikan pada alokasi biaya tidak langsung, panen, penyusutan dan amortisasi serta biaya pabrikasi, sementara biaya pembelian buah dan biaya pemupukan dan pemeliharaan cenderung menurun.

3.1.1.2. Gambaran Biaya Pemasaran pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017

Berikut ini gambaran biaya pemasaran pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017 disajikan dalam Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3

Gambaran Biaya Pemasaran pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017 (dalam jutaan)

TAHUN	Jenis Biaya						Total
	Angkut, Asuransi dan Sewa (Rp)	Remunerasi dan Imbalan Kerja Karyawan (Rp)	Pemasaran dan Komisi Penjualan (Rp)	Penyusutan (Rp)	Pajak Ekspor (Rp)	Lain-Lain (Rp)	
2011	9.326	4.268	2.813	2.259	-	4.207	22.873
2012	39.294	4.479	268	1.433	3.373	10.153	59.000
2013	51.509	4.675	-	1.730	20.067	6.923	84.904
2014	32.367	6.641	-	1.774	-	5.549	46.331
2015	41.553	4.729	-	3.493	-	4.606	54.381
2016	47.952	4.134	-	3.761	-	5.021	60.868
2017	60.149	5.657	-	-	-	17.778	83.584
Rata Rata	40.307	4.940	440	2.064	3.349	7.748	58.849
Min	9.326	4.134	-	-	-	4.207	22.873
Maks	60.149	6.641	2.813	3.761	20.067	17.778	84.904

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 3, dapat diketahui bahwa biaya pemasaran cenderung meningkat. Hal ini disebabkan karena meningkatnya biaya angkut, asuransi dan sewa serta biaya penyusutan.

3.1.1.3. Gambaran Laba Perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017

Berikut ini gambaran laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017 disajikan dalam Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4

Gambaran Laba Perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2017

Tahun	Laba Bersih	
	Nominal (Rp)	LN
2011	1.701.513.000.000	28,16
2012	1.115.539.000.000	27,74
2013	768.625.000.000	27,37
2014	916.695.000.000	27,54
2015	623.309.000.000	27,16
2016	592.769.000.000	27,11
2017	763.423.000.000	27,36
Minimum	592.769.000.000	27,11
Maksimum	1.701.513.000.000	28,16
Rata-rata	925.981.857.143	27,49

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 4, tampak keadaan laba bersih pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017 mengalami fluktuasi dan cenderung menurun.

3.1.2. Analisis Deskriptif Kuantitatif

3.1.2.1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian menggunakan SPSS versi 21 dapat terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	79,323	31,127	
1 Biaya Produksi	-1,429	1,190	-,403
Biaya Pemasaran	-,439	,276	-,533

a. Dependent Variable: Laba Tahun Berjalan

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel 5, model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$= 79,323 - 1,429X_1 - 0,439X_2$$

Artinya biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh negatif terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

3.1.2.2. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 6

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 ^a	,671	,507	,25620

a. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Laba Tahun Berjalan

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari Tabel 6, nilai r adalah 0,819 yang berarti terdapat korelasi atau hubungan yang sangat kuat antara variabel dependen laba perusahaan dengan variabel independennya biaya produksi dan biaya pemasaran. Sementara koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,671, yang berarti 67,1% dari variabel nilai perusahaan dijelaskan oleh variabel biaya produksi dan biaya pemasaran sisanya 32,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.1.2.3. Uji Hipotesis

1) Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji F ANOVA^a

Model	F	Sig.
1 Regression	4,082	,108 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Laba Tahun Berjalan

b. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Biaya Produksi

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari Tabel 7 di atas, diperoleh nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $4,082 < 6,61$ dengan signifikansi $0,108 > 0,05$ maka H_0 diterima, berarti biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh

tidak signifikan terhadap laba perusahaan pada PT Pplondon Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2) Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	2,548	,063
1 Biaya Produksi	-1,201	,296
Biaya Pemasaran	-1,588	,188

a. Dependent Variable: Laba Tahun Berjalan
Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari Tabel 8 terlihat biaya produksi $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $-1,201 < 2,77645$ dengan nilai signifikansi $0,296 > 0,05$ maka H_0 diterima, artinya biaya produksi berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan. Biaya pemasaran mempunyai nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $-1,588 < 2,77645$ dengan nilai signifikansi $0,188 > 0,05$ maka H_0 diterima, artinya biaya pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4. Evaluasi

4.1. Evaluasi Biaya Produksi pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2017

Dari hasil penelitian, diketahui nilai rata-rata biaya produksi sebesar Rp. 2.863.630.285.714, nilai minimum biaya produksi adalah sebesar Rp. 2.377.591.000.000 dan nilai maksimum biaya produksi mencapai Rp. 3.110.571.000.000.

Ini menunjukkan bahwa perusahaan masih kurang mampu dalam mengelola biaya produksi sehingga biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan setiap periode, peningkatan biaya produksi juga dapat disebabkan karena meningkatnya alokasi biaya tidak langsung, biaya panen, biaya penyusutan dan amortisasi, dan biaya pabrikasi. Maka untuk mengatasi peningkatan alokasi biaya tidak langsung, biaya panen, biaya penyusutan dan amortisasi serta biaya pabrikasi.

4.2. Evaluasi Biaya Pemasaran pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2017

Pada hasil penelitian ini Nilai rata-rata biaya pemasaran pada PT PP London

Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2017 sebesar Rp. 58.848.714.286. Nilai minimum biaya pemasaran adalah sebesar Rp. 22.873.000.000, sedangkan nilai maksimum biaya pemasaran mencapai Rp. 84.904.000.000. Hal ini dapat menunjukkan bahwa ada kemungkinan perusahaan tidak mampu dalam pengawasan dan pengelolaan biaya pemasaran, karena terjadi peningkatan pada setiap periode akuntansi. Perubahan biaya pemasaran dapat dipengaruhi karena meningkatnya biaya angkut, asuransi dan sewa serta biaya penyusutan.

4.3. Evaluasi Laba Perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2017

Berdasarkan hasil penelitian nilai rata-rata laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2011 - 2017 sebesar Rp. 925.981.857.143, nilai minimum laba perusahaan sebesar Rp. 592.769.000.000, dan nilai maksimum laba perusahaan sebesar Rp. 1.701.513.000.000.

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa laba perusahaan berfluktuasi cenderung menurun, penurunan ini dapat diakibatkan meningkatnya biaya yang dikeluarkan atau penjualan mengalami penurunan, laba berfluktuasi juga dapat berubah karena adanya perubahan baik peningkatan atau penurunan penjualan, beban pokok penjualan, beban penjualan dan distribusi, beban umum dan administrasi, penghasilan operasi lain, beban operasi lain serta beban pajak penghasilan.

4.4. Evaluasi Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2017

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda yang telah dilakukan, diketahui biaya produksi dan biaya Pemasaran berpengaruh negatif terhadap laba perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi, yaitu:

$$= 79,323 - 1,429X_1 - 0,439X_2$$

Konstanta laba perusahaan sebesar 79,323 artinya jika biaya produksi dan biaya pemasaran memiliki nilai sama dengan nol, maka nilai laba bersih sebesar 79,323.

Besar pengaruh untuk biaya produksi sebesar -1,429 yang menunjukkan bahwa setiap variabel biaya produksi meningkat sebanyak 1 satuan maka laba bersih akan

turun sebesar 1,429 satuan, dengan biaya pemasaran dianggap sama dengan nol atau konstan. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara variabel biaya produksi dengan laba perusahaan. Sementara besar pengaruh untuk biaya pemasaran sebesar -0,439 yang menunjukkan bahwa setiap variabel biaya pemasaran meningkat 1 satuan maka nilai laba bersih akan turun sebesar 0,439 satuan, dengan biaya produksi dianggap sama dengan nol atau konstan. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara variabel biaya pemasaran dengan laba bersih.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan nilai biaya produksi mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017.
2. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan nilai biaya pemasaran mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017.
3. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan nilai laba bersih perusahaan mengalami fluktuasi dan cenderung menurun pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017.
4. Dari hasil pengujian regresi linear sederhana diketahui bahwa biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh negatif terhadap laba bersih perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017.
5. Dari hasil uji koefisien korelasi dan determinasi biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih perusahaan diketahui terdapat korelasi atau hubungan yang sangat kuat antara biaya produksi dan biaya pemasaran dengan laba bersih perusahaan, serta laba perusahaan hanya sedikit dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6. Dari hasil uji hipotesis simultan dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan pada

PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017.

7. Dari hasil uji hipotesis secara parsial dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017.
8. Dari hasil uji hipotesis secara parsial dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2017.

5.2. Saran

1. Untuk dapat mengatasi meningkatnya biaya produksi, perusahaan sebaiknya membuat metode penentuan biaya produksi dengan metode *full costing* sehingga seluruh biaya yang akan dikeluarkan dapat diketahui dan dapat dikendalikan jika terjadi peningkatan yang signifikan pada biaya-biaya yang menjadi unsur dalam penentuan biaya produksi.
2. Untuk dapat mengendalikan meningkatnya biaya pemasaran maka perusahaan sebaiknya menghapus biaya yang tidak terlalu dibutuhkan untuk mendistribusikan produk kepada pelanggan atau membebankan biaya angkut dan sewa kepada pelanggan, sehingga kemungkinan untuk menurunkan biaya pemasaran dapat dilakukan dan ada kemungkinan dapat meningkatkan laba perusahaan.
3. Untuk meningkatkan laba perusahaan maka sebaiknya perusahaan melaksanakan pertanggungjawaban laba yang baik karena pertanggungjawaban laba merupakan media pengendalian biaya dan atau pendapatan dengan menghubungkan biaya dan atau pendapatan tersebut dengan tepat dimana biaya atau penghasilan terjadi. Serta manajemen harus dapat bertanggung jawab untuk menciptakan hubungan yang optimum antara biaya dengan pendapatan, sehingga kinerja manajer dan kinerja unit organisasi dapat dinilai tingkat efisiensi dan efektivitasnya, perolehan laba lebih dapat dipertanggungjawabkan sehingga tidak mempengaruhi keputusan para investor yang akan menanamkan saham di perusahaan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Astuty, Widia. 2014. **Akuntansi Manajemen: Informasi bagi Manajemen untuk Perencanaan, Pengendalian dan Pengambilan Keputusan Bisnis**. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Carter, William K. dan Milton F. Usry. 2006. **Akuntansi Biaya**. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, D.R. dan M.M. Mowen. 2006. **Akuntansi Manajemen**. Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. **Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan**. Cetakan Keduabelas. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Horngren, Charles T., Srikant M. Datar, dan George Foster. 2008. **Akuntansi Biaya, Penekanan Manajerial**. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Martani, Dwi, dkk. 2012. **Akuntansi Keuangan Menengah berbasis PSAK**, Buku Satu. Jakarta : Salemba Empat.
- Mulyadi. 2014. **Akuntansi Biaya**. Edisi Ke-5. Cetakan Keduabelas. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Rudianto. 2012. **Pengantar Akuntansi Adaptasi IFRS**. Jakarta. Erlangga
- Soemarso S. R. 2004. **Akuntansi Suatu Pengantar**. Buku Satu. Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyono, R.A. 2000. **Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan**. Yogyakarta: BPFEE-Yogyakarta.