

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2016:7), akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya.

Menurut Siregar dkk (2014:17), akuntansi biaya adalah proses pengukuran, penganalisaan, perhitungan, dan pelaporan biaya, profitabilitas dan kinerja operasi untuk kepentingan internal perusahaan.

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan suatu proses mengumpulkan, mencatat, mengelompokkan, menganalisis, mengikhtisarkan, mengalokasi, dan mengevaluasi berbagai alternatif tindakan pengendalian biaya.

Akuntansi Biaya mempunyai 3 (tiga) tujuan pokok yaitu :

a. Penentuan Harga Pokok Produksi

Untuk memenuhi tujuan penentuan harga pokok produk, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi di masa lalu atau biaya historis. Umumnya akuntansi biaya untuk menentukan harga pokok produksi ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan.

b. Pengendalian Biaya

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas

untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan yang seharusnya tersebut.

c. Pengambilan Keputusan Khusus

Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan menyajikan biaya masa yang akan datang (*future cost*). Untuk memenuhi kebutuhan manajemen dalam pengambilan keputusan, akuntansi biaya mengembangkan berbagai konsep informasi biaya untuk pengambilan keputusan seperti : biaya kesempatan (*opportunity cost*), biaya hipotesis (*hypothetical cost*), biaya tambahan (*incremental cost*), biaya terhindarkan (*avoidable cost*) dan pendapatan yang hilang (*forgone revenue*).

2.1.2 Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, Mulyadi (2014:8).

Menurut Hansen dan Mowen (2015:12), biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya merupakan pengeluaran yang diukur dengan satuan uang yang harus ditetapkan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa.

2.1.3 Klasifikasi Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Klasifikasi biaya bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan pencatatan biaya dan menyusun laporan keuangan, serta memberikan gambaran informasi yang akurat kepada pihak manajemen untuk mencapai tujuannya.

a. Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2014:14), biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

Menurut objek pengeluarannya dibagi menjadi :

1. Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku adalah biaya dari komponen-komponen fisik produk. Biaya bahan baku ini dapat dibebankan secara langsung kepada produk karena observasi fisik dapat dilakukan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Bahan baku yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan suatu unit produk jadi disebut bahan baku penolong (*indirect material*). Biaya bahan baku penolong dimasukkan ke dalam biaya overhead pabrikan (*manufacturing overhead*).

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*) adalah biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri secara fisik ke dalam pembuatan produk dan bisa juga ditelusuri dengan mudah / tanpa memakan banyak biaya.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik dapat digolongkan menjadi 3 (tiga) jenis biaya yaitu :

- a. Biaya bahan penolong (*indirect material cost*) adalah biaya bahan baku yang dibutuhkan untuk proses produksi namun bukan merupakan bagian integral dari produk jadi.
 - b. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya persolnalia yang tidak bekerja secara langsung atas produk, namun jasanya diperlukan untuk proses pabrik.
 - c. Biaya pabrik lain-lain (*other manufacturing cost*) adalah pabrik lain-lain yang bukan bahan baku maupun tenaga kerja
- b. Biaya Pemasaran
Biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c. Biaya Administrasi dan Umum
Biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

2.1.4 Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2014:14), biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Sedangkan menurut Riwayadi (2014:10), biaya produksi (*manufacturing cost*) adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi. Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya produksi adalah akumulasi dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya-biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang / pabrik, dan lain sebagainya. Biaya produksi ini harus diakumulasi secara cermat untuk kemudian dihitung dan dibandingkan dengan laba kotor perusahaan. Selisih pendapatan dikurangi dengan biaya produksi akan menjadi laba bersih perusahaan atau total keuntungan yang diperoleh. Biaya produksi ini

diperlukan untuk mendukung proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap dipasarkan kepada konsumen.

Menurut Charles T. Horngren (2012), unsur-unsur biaya produksi adalah sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Baku Langsung (*Direct Material*)

Ini merupakan bahan yang secara langsung dipakai untuk memproduksi suatu barang jadi yang siap dipasarkan. Bahan baku tersebut mencakup semua bahan yang secara fisik dapat diidentifikasi sebagai bagian dari produk jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labour*)

Tenaga kerja mengkonversi bahan baku langsung menjadi suatu barang jadi yang siap dipasarkan. *Direct Labour* merupakan biaya-biaya bagi semua tenaga kerja langsung yang ditempatkan dan diberdayakan dalam menangani kegiatan produksi secara langsung.

3. Biaya *Overhead* Pabrik (*Factory Overhead*)

Overhead pabrik adalah semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. Beberapa elemen biaya *overhead* pabrik diantaranya :

- Biaya bahan baku tidak langsung
- Biaya tenaga kerja tidak langsung
- Biaya depresiasi dan amortisasi aktiva tetap
- Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin
- Biaya listrik dan air pabrik
- Biaya asuransi pabrik
- Biaya *overhead* lain-lain

2.1.5 Biaya Promosi

Menurut Sahabuddin (2016), biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya.

Menurut Tjiptono (2015), biaya promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk.

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya promosi adalah biaya yang harus dianggarkan untuk kebutuhan promosi agar konsumen dapat mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi dapat berupa pembuatan pamflet, stiker, brosur, spanduk, kalender, *branding* produk secara digital, sosial media serta mengikuti kegiatan pameran dan seminar. Besarnya biaya promosi yang ditetapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk, berpengaruh terhadap perkembangan pemasaran. Pemasaran tidak hanya bertujuan untuk menjual barang dan jasa, tetapi juga untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen (pasar). Naik turunnya volume penjualan akan berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup produk yang dipasarkan.

2.1.6 Laba (Profit)

Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Apabila beban lebih besar dari pendapatan, selisihnya disebut rugi. Laba atau rugi merupakan hasil perhitungan secara periodik (berkala). Menurut Subramanyam (2012:109), laba merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Serta informasi perusahaan yang paling diminati dalam pasar uang.

Menurut Themin (2012) menyatakan bahwa “Laba adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi (misalnya, kenaikan aset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas, selain yang menyangkut transaksi dengan pemegang saham.”

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa laba akuntansi adalah selisih dari harga penjualan dan biaya produksi. Pada umumnya, laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan akan digunakan untuk dapat menilai berhasil atau tidaknya suatu manajemen dalam perusahaan tersebut. Sedangkan laba ekonomi adalah salah satu peningkatan dari kekayaan para investor sebagai sebuah hasil dari penanaman modal setelah dikurangi biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut termasuk biaya kesempatan.

Tujuan laba antara lain :

1. Untuk dapat membiayai operasional suatu perusahaan dalam pencapaian laba yang lebih maksimal.
2. Untuk dapat melunasi hutang yang ada.
3. Sebagai cadangan dana untuk suatu kebutuhan investasi perusahaan.
4. Untuk perkembangan suatu perusahaan dimasa yang akan datang.

2.1.7 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Laba

Menurut Mulyadi (2014:513) bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perubahan laba antara lain :

1. Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3. Volume Penjualan

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.1.8 Unsur – Unsur Laba

1. Pendapatan

Menurut Sodikin dan Riyono (2014:37), pendapatan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

2. Beban

Menurut Bustami dan Nurlela (2013), beban (*expense*) adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Biaya yang belum dinikmati yang dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang dikelompokkan sebagai harta. Beban ini dimasukkan kedalam laporan laba atau rugi, sebagai pengurangan pendapatan.

3. Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, Mulyadi (2014:8)

2.1.9 Jenis – Jenis Laba

Adapun laba yang dapat dibedakan dari jenis-jenisnya yang digolongkan dalam penetapan pengukuran laba pada suatu laporan keuangan menurut Wild, Subramanyam, dan Halsey (2012) diantaranya :

1. Laba Kotor

Laba kotor merupakan “pendapatan dikurangi harga pokok penjualan”. Apabila hasil penjualan barang dan jasa tidak dapat menutupi beban yang langsung terkait dengan barang dan jasa

tersebut atau harga pokok penjualan, maka akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk bertahan.

2. Laba Operasi

Laba operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi”. Laba operasi menunjukkan seberapa efisien dan efektif perusahaan melakukan aktivitas operasinya.

3. Laba Sebelum Pajak

Laba sebelum pajak merupakan laba dari operasi berjalan sebelum cadangan untuk pajak penghasilan.

4. Laba Bersih

Laba bersih merupakan laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak.

2.1.10 Laba Bersih (*Net Profit*)

Menurut Henry Simamora (2013:46) pengertian laba bersih adalah yang berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode waktu tertentu.

Menurut Kasmir (2011:303) menyatakan bahwa pengertian laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak

Gambar 2.1

Laba Bersih dalam Laporan Laba Rugi

Penjualan Neto	XXX	<i>Net Sales</i>
Beban Pokok Penjualan	<u>(XXX)</u>	<i>Cost of Goods Sold</i>
Laba Bruto	XXX	<i>Gross Profit</i>
Beban Penjualan dan Penjualan	(XXX)	
Beban Umum dan Administrasi	(XXX)	
Penghasilan (beban) lain-lain	<u>XXX</u>	
Laba Usaha (Operasi)	XXX	<i>Income From Operations</i>
Penghasilan Keuangan	XXX	
Biaya Keuangan	<u>(XXX)</u>	
Laba Sebelum Pajak Penghasilan	XXX	<i>Income Before Income Tax</i>
Beban Pajak Penghasilan	<u>(XXX)</u>	
Laba Periode Berjalan	XXX	<i>Income For The Period</i>

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa laba bersih adalah jumlah pendapatan setelah dikurangi total biaya-biaya di luar harga pokok penjualan. Laba bersih juga bisa disebut laba yang didapatkan setelah dikurangi pajak. Laba Bersih dapat disimpan oleh perusahaan dalam akun laba ditahan (saldo laba) atau dapat didistribusikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen.

Terkadang, perusahaan atau bisnis juga menggunakan term lain dalam istilah laba bersih. Term tersebut adalah laba sebelum pajak, laba sebelum bunga dan pajak, atau laba sebelum bunga, pajak, dan depresiasi. Prinsipnya, term-term tersebut sesuai dengan konteks masing-masing kalimat. Sebagai contoh, laba sebelum bunga dan pajak berarti laba bersih sebelum dikurangi biaya bunga dan pajak, dan seterusnya. Perbedaan term tersebut biasa dipakai manajemen atau investor dalam menimbang keputusan bisnis melalui berbagai perhitungan rasio keuangan.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis dan Sampel	Kesimpulan Hasil
1	Putu Rustami, I Ketut Kirya, Wayan Cipta (2014)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis	Variabel Independen : Biaya Produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan. Variabel Dependen : Laba	Penelitian Kausal, Analisis Linier Berganda dengan program SPSS 16. Sampel : Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis Singaraja.	1. Biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba. 2. Biaya produksi berpengaruh secara parsial terhadap laba. 3. Biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba. 4. Volume penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba.

2	Melisa Feronica Laki, dkk (2019)	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada PT Megamitra Makmur Sentosa Manado	Variabel Independen : Biaya Promosi, Biaya Distribusi. Variabel Dependen : Laba	Statistik Deskriptif, Uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji koefisien determinasi, Analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Sampel : PT Megamitra Makmur Sentosa Manado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba. 2. Biaya distribusi berpengaruh signifikan negatif terhadap laba. 3. Biaya promosi dan biaya distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba.
3	Asep Mulyana (2017)	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009 - 2015	Variabel Independen : Biaya Produksi, Biaya Promosi. Variabel Dependen : Laba Usaha.	Kuantitatif Deskriptif. Uji asumsi klasik, uji hipotesis, Analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 20. Sampel : Perusahaan Samsung Co 2009 - 2015	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba usaha. 2. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba usaha. 3. Biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba usaha.

4	Ika Noviani, Handra Tipa	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen : Biaya Produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan. Variabel Dependen : Laba	Kuantitatif Deskriptif. Uji asumsi klasik, uji hipotesis, Analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 22. Sampel : Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 - 2017	1. Biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba. 2. Biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba. 3. Volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba. 4. Biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba.
5	Endang Susilawati (2019)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok	Variabel Independen : Biaya Produksi, Biaya Promosi Variabel Dependen : Laba Bersih	Kuantitatif Deskriptif. Uji asumsi klasik, uji hipotesis, Analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 25.	1. Biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. 2. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. 3. Biaya produksi dan biaya promosi

		PT Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011 - 2017		Sampel : PT Gudang Garam Tbk periode 2011 - 2017	secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
6	Felicia Robinhot Gultom (2018)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 - 2015	Variabel Independen : Biaya Produksi, Biaya Kualitas, Biaya Promosi Variabel Dependen : Laba Bersih	Kuantitatif Deskriptif. Uji asumsi klasik, uji hipotesis, Analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 25. Sampel : Perusahaan manufaktur periode 2013 - 2015	1. Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. 2. Biaya kualitas berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. 3. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. 4. Biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

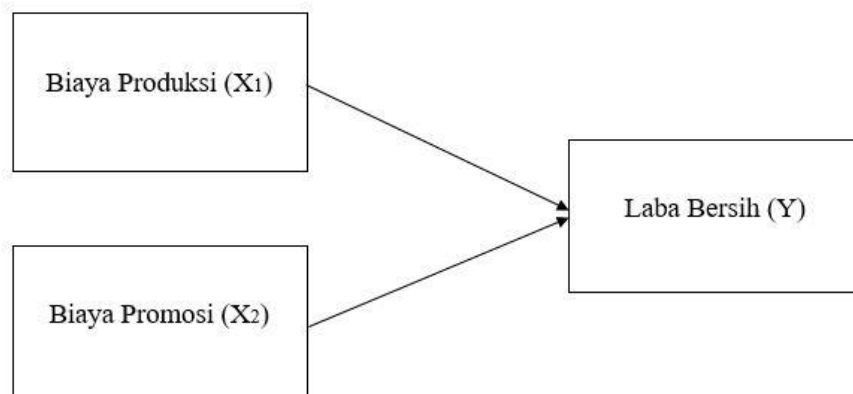
2.3 Model Konseptual

Salah satu faktor meningkat dan menurunnya perubahan laba bersih perusahaan adalah biaya produksi dan biaya promosi. Perubahan laba dipengaruhi oleh biaya produksi dan biaya promosi. Ketika biaya produksi mengalami kenaikan lebih besar dibanding kenaikan penjualan, maka *profit* perusahaan akan mengalami penurunan (Prastowo dan Julianty, 2002: 174).

Berdasarkan teori tersebut, semakin tinggi biaya produksi dan biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka semakin banyak jumlah produksi yang berpotensi meningkatkan laba perusahaan. Sama halnya dengan biaya promosi, semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan maka berpotensi untuk mengalami peningkatan penjualan yang berpengaruh pada kenaikan laba. Hubungan biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih dapat dilihat pada gambar 2.2 kerangka pemikiran penelitian.

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Penelitian



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Adanya pengaruh signifikan antara biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan sub sektor *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh, Carter William (2013:129)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Felicia Robinhot Gultom (2018) menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih Sedangkan terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Endang Susilawati (2019) menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Maka dari itu, penulis akan mengembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Adanya pengaruh signifikan antara biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan sub sektor *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2.4.2 Adanya pengaruh signifikan antara biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan sub sektor *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Melisa Feronica Laki, dkk (2019) menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asep Mulyana (2017) menyatakan bahwa ada pengaruh positif terhadap laba bersih Samsung Co. Maka dari itu, penulis akan mengembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₂ : Adanya pengaruh signifikan antara biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan sub sektor *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia (BEI)