

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PRODUKSI, DAN KAS
TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN
SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2015-2020**

Oleh :

Nama : Oktaviana

NIM : 28189025

Skripsi

Di ajukan sebagai salah satu prasyarat

Memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PRODUKSI DAN KAS
TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN
SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2015-2020**

Diajukan Oleh

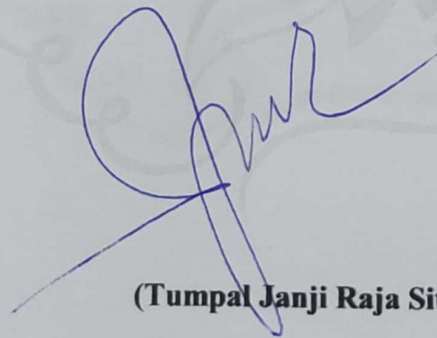
Nama: Oktaviana

NIM: 28189025

Jakarta, 16 September 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Oktaviana / 28189025 / 2022 / Pengaruh Biaya Promosi, Biaya produksi, dan Kas Terhadap Penjualan pada Perusahaan Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020 / Pembimbing: Tumpal Janji Raja Sitanjak, Ir., M.M.,

Perusahaan berlomba-lomba guna mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya dengan meningkatkan penjualan. Kegiatan promosi sangat penting bagi perusahaan besar maupun perusahaan kecil karena kegiatan promosi dapat menjangkau pasar. Terdapat dua tujuan promosi diantara-Nya untuk membangun hubungan dengan konsumen jangka pendek dan jangka panjang. Guna mencapai target produk perusahaan mengeluarkan sejumlah dana atau biaya yang digunakan untuk memproses produk hingga menjadi produk yang bisa langsung dijual. Kas merupakan aset yang digunakan dalam transaksi sehari-hari perusahaan, baik berupa uang tunai maupun tidak.

Biaya promosi adalah kumpulan dana yang dikeluarkan perusahaan untuk aktivitas promosi dapat berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan penjualan. Biaya produksi adalah biaya atau sumber daya yang dikeluarkan oleh perusahaan memproses suatu produk hingga produk siap untuk dijual. Kas adalah dana bebas yang tersedia di perusahaan guna membiayai kegiatan operasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teknik observasi dengan mengamati pencatatan oleh instansi yang diambil pada *website www.idx.co.id* dan *www.idnfinancials.com*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berupa biaya promosi, biaya produksi, dan kas sebagai variabel bebas dan penjualan sebagai variabel terikat. Teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda yang terdiri atas menentukan model persamaan regresi, estimasi persamaan regresi, uji asumsi klasik yang terbagi menjadi uji normalitas, uji otokorelasi, uji heteroskedastitas, uji multikolinearitas, uji kesesuaian model (Uji F), dan uji koefisien regresi parsial (Uji t). penelitian diuji menggunakan SPSS versi 20.

Hasil penelitian menggunakan uji statistik t ($\alpha = 5\%$) memperoleh sig. (1-tailed) variabel biaya promosi $0,134 > 0,05$. sig. (1-tailed) variabel biaya produksi $0,000 < 0,05$. sig. (1-tailed) variabel kas $0,0215 > 0,05$.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat cukup bukti bahwa biaya produksi dan kas berpengaruh terhadap penjualan, tidak terdapat cukup bukti bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap penjualan.

Kata Kunci : Biaya Promosi, Biaya Produksi, Kas, Penjualan



ABSTRAK

Oktaviana/28189025/2022/Effect of Promotion Costs, Production Costs, and Cash on Sales in Pharmaceutical Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2020 Period/Supervisor: Tumpal Janji Raja Sitanjak, Ir., M.M.,

Companies are competing to make the most profit by increasing sales. Promotional activities are very important for large companies as well as small companies because promotional activities can reach the market. There are two promotional objectives among them to build relationships with short-term and long-term consumers. In order to achieve the product target, the company spends a certain amount of funds or costs that are used to process the product into a product that can be sold immediately. Cash is an asset used in the company's daily transactions, whether in the form of cash or not.

Promotional costs are a collection of funds that the company spends on promotional activities that can run well and can increase sales. Production costs are costs or resources incurred by an enterprise processing a product until the product is ready for sale. Cash is a free fund available in a company to finance the company's operating activities.

This study used observation techniques by observing recording by nstansi taken on the website of the www.idx.co.id and www.idnfinancials.com. The variables used in this study are promotional costs, production costs, and cash as free variables and sales as bound variables. The sampling technique for this study used purposive sampling. Data analysis techniques use descriptive analysis, multiple linear regression analysis consisting of determining regression equation models, regression equation estimates, classical assumption tests divided into normality tests, autocorelation tests, heteroskedastity tests, multicholnearity tests, model conformity tests (F test), and partial regression coefficient tests (t tests). research tested using SPSS version 20.

The results of the study using the statistical test t ($\alpha = 5\%$) obtained a sig value. (1-tailed) variable promotional costs $0.134 > 0.05$. Sig value. (1-tailed) variable production costs $0.000 < 0.05$. Value sig. (1-tailed) cash variable $0.0215 > 0.05$.

Based on the results of the research conducted, it can be concluded that there is sufficient evidence that production costs and cash affect sales, there is not enough evidence that promotional costs have a positive effect on sales.

Keywords: Promotion Cost, Production Cost, Cash, Sales



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, berkah, karunia, dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Biaya Promosi, Biaya produk dan Kas Terhadap Penjualan pada Perusahaan Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020”.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik bagi seluruh mahasiswa sesuai dengan persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana. Selama penyusunan dan penulisan skripsi ini, banyak hal yang menurut penulis yakini tidak mungkin akan terwujud, penulis telah mendapat dukungan dari banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak, IR., M.M selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi yang telah sabar dalam membimbing saya hingga akhir.
2. Orang tua serta kakak kandung saya yang selalu menjadi motivasi terbesar bagi penulis.
3. Rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi Kwik Kian Gie School of Business.
4. Dan semua pihak yang telah memberikan motivasi dan dorongan, meskipun tidak dapat diidentifikasi secara individu.

Terlepas dari penyusunan ini, penulis menyatakan bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan karya ini yang belum sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik, saran, dan masukan untuk penyempurnaan karya ini. Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini selalu bermanfaat bagi semua pihak tanpa terkecuali dan dapat membantu untuk penelitian selanjutnya. Terima kasih.

Jakarta, 10 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	19
C. Batasan Masalah	19
D. Batasan Penelitian	20
E. Rumusan Masalah	21
F. Tujuan Penelitian	22
G. Manfaat Penelitian	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA	23
A. Landasan Teoritis	23
1. Biaya	23
2. Promosi	24
3. Biaya Promosi	25
4. Produksi	25
5. Biaya Produksi	27
6. Kas	27
7. Penjualan	28
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	34
1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan	34
2. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan	35
3. Pengaruh Kas Terhadap Penjualan	35
D. Hipotesis Penelitian	36

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang menyalin, mengutip, atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Obyek Penelitian.....	37
B. Desain Penelitian.....	37
C. Variabel Penelitian	39
D. Teknik Pengambilan Sampel	41
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Analisis Deskriptif	51
C. Hasil Penelitian	54
D. Pembahasan	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

	Gambar 1.1	Grafik Biaya Promosi	6
	Gambar 1.2	Grafik Biaya produksi	9
	Gambar 1.3	Grafik Kas	12
	Gambar 1.4	Grafik Piutang	15
	Gambar 1.5	Grafik Penjualan	18
	Gambar 2.1	Model Kerangka Penelitian	36
	Gambar 4.1	Uji Deskriptif Biaya Promosi terhadap Penjualan	52
	Gambar 4.2	Uji Deskriptif Biaya Produksi terhadap Penjualan	53
	Gambar 4.3	Uji Deskriptif Kas terhadap Penjualan	54

C Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 4.1	Hasil Uji Deskriptif.....	51
Tabel 4.2	Hasil Uji Pooling Data.....	55
Tabel 4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
Tabel 4.4	Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)	58
Tabel 4.5	Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	58

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Biaya Promosi, Biaya Produksi, dan Kas	67
Lampiran 2 Hasil Uji	72
Lampiran 3 Tabel Durbin Watson.....	77

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian Indonesia semakin berkembang dan dunia usaha perdagangan khususnya di bidang farmasi meningkat pesat. Persaingan bisnis antar industri yang semakin ketat, sengit dan tajam termasuk industri farmasi Indonesia dan industri farmasi semakin ketat.

Hal ini berkembang pesat di berbagai negara di seluruh dunia, dan teknologi yang lebih maju menciptakan persaingan bisnis yang semakin ketat. Perlu mengoptimalkan semua sumber daya yang lebih efisien dan tersedia untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Perusahaan perlu melakukan dan menjalankan tugasnya untuk mengidentifikasi berbagai masalah yang muncul, membuat atau menciptakan produk baru, melakukan kegiatan promosi dan promosi, dan menetapkan harga yang sesuai.

Kegunaannya, keuntungan yang efisien sesuai dengan pendistribusian produk, sehingga produk mudah tersedia bagi konsumen. Banyak perusahaan meremehkan pekerjaan mereka satu-satunya adalah menjual apa yang mereka hasilkan. Jika perusahaan hanya melihat pekerjaan, ini hanya dapat ditentukan dalam jangka pendek.

Ketika konsumen atau pembeli menjadi lebih tertarik atau terlihat kuat, perusahaan memberikan tekanan kepada konsumen dan penjual untuk meningkatkan penjualan. Aktivitas operasional yang tinggi harus dirasakan oleh setiap perusahaan dan perusahaan harus mampu menangani semua aktivitas kinerja.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tentunya setiap bisnis, apa pun industrinya, ingin mencapai hasil yang optimal dengan mencari keuntungan atau profit sebanyak-banyaknya. Perusahaan senantiasa ditantang untuk menghadapi berbagai kendala atau kendala manajemen pemasaran atau kendala yang terjadi selama menjalankan usahanya agar kelangsungan usahanya tetap dapat berfungsi dengan baik.

Pemasaran adalah kegiatan perusahaan dalam menentukan strategi produk untuk dijual, harga produk, strategi periklanan saat memasarkan produk, dan tempat distribusi produk yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan konsumen. Sektor farmasi merupakan salah satu dari sekian banyak sektor perusahaan farmasi yang merupakan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penulis memilih tujuh perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di antara-Nya PT Darya-Varia Labotaria Tbk (DVLA), PT Indofarma (Persero) Tbk. (INAF), PT Kimia Farma Tbk. (KAEF), PT Kalbe Farma Tbk. (KLBF), PT Merck Tbk. (MERK), PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. (SIDO), PT Tempo Scan Pacific Tbk. (TSPC).

Penulis memilih sektor farmasi dikarenakan pada masa pandemi COVID-19 seperti sekarang banyak orang yang memerlukan obat-obatan maupun vitamin dan juga di masa pandemi banyak perusahaan yang mengalami penurunan atau kebangkrutan karena tidak bias menyesuaikan perkembangan perekonomian yang ada di Indonesia.

Menarik minat penulis untuk mengetahui apakah biaya promosi, biaya produksi, dan kas akan berpengaruh terhadap penjualan setiap perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan apakah penjualan dapat meningkat setiap tahunnya antara tahun 2015 hingga 2020.



Perusahaan yang bergerak di bidang sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menurut *factbook* tahun 2019 pada *website www.idx.co.id* dan *www.infinancials.com* memiliki angka yang berbeda-beda untuk masing-masing perusahaan.

Kegiatan promosi sangat penting bagi usaha besar maupun kecil karena promosi dapat menjangkau pasar sasaran, menjual produk dan memperkenalkannya kepada calon konsumen.

Agar suatu kegiatan usaha dan proses produksi dapat berjalan sesuai rencana, diperlukan pendanaan yang cukup tinggi agar dapat berjalan dengan baik dan tidak lepas dari pertimbangan biaya produksi. Biaya promosi merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan perusahaan untuk promosi guna meningkatkan penjualan (Henry Simamora dalam Tryusnita, 2009).

Penulis menyimpulkan bahwa adanya kenaikan maupun penurunan biaya promosi tujuh perusahaan dari sepuluh sektor farmasi yang pilih mengalami kenaikan atau penurunan selama periode 2015-2020 sebagaimana tercatat dalam laporan keuangannya yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada Lampiran 1, Tabel 1.1.

Biaya promosi sektor pertama pada PT Darya-Varia Labotaria Tbk (DVLA) tahun 2015 Rp. 216.495.512.000,-, biaya promosi pada tahun 2016 Rp. 263.984.401.000,- sehingga biaya promosi mengalami kenaikan 18% dibandingkan pada tahun 2015, biaya promosi pada tahun 2017 Rp. 256.154.962.000,- mengalami penurunan sebanyak 3% dibandingkan tahun 2016, biaya promosi pada tahun 2018 Rp. 256.728.673.000,- mengalami kenaikan 0,22% dibandingkan pada tahun 2017, pada tahun 2019 biaya promosi Rp. 233.741.159.000,- mengalami penurunan 10% dibandingkan pada tahun 2018, pada tahun 2020 biaya promosi Rp. 235.423.017.000,- mengalami kenaikan 1% dibandingkan tahun 2019.

Biaya promosi sektor kedua pada PT Indofarma (Persero) Tbk (INAF) tahun 2015 Rp. 67.837.241.574,- sedangkan pada tahun 2016 biaya promosi Rp. 56.306.697.166,- sehingga mengalami penurunan 20% dibandingkan pada tahun 2015, biaya promosi pada tahun 2017 Rp.



40.987.128.668,- mengalami penurunan 37% dibandingkan pada tahun 2016, biaya promosi pada tahun 2018 Rp. 35.792.303.152,- mengalami penurunan 15% dibandingkan pada tahun 2017, biaya promosi pada tahun 2019 Rp. 22.432.084.500,- mengalami penurunan 60% dibandingkan pada tahun 2018, biaya promosi pada tahun 2020 Rp. 33.733.332.758,- mengalami kenaikan 34% dibandingkan pada tahun 2019.

Biaya promosi sektor ketiga pada PT Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF) tahun 2015 Rp. 116.295.497.071,- sedangkan biaya promosi pada tahun 2016 163.369.835.952,- sehingga mengalami kenaikan 29% dibandingkan pada tahun 2015, biaya promosi pada tahun 2017 Rp. 296.053.211.392,- mengalami kenaikan 45% dibandingkan pada tahun 2016, biaya promosi pada tahun 2018 Rp. 316.0148.238.429,- mengalami kenaikan 6% dibandingkan pada tahun 2017, biaya promosi pada tahun 2019 Rp. 616.199.180.000,- mengalami kenaikan sebesar 49% dibandingkan pada tahun 2018, biaya promosi pada tahun 2020 Rp. 413.150.494.000,- mengalami penurunan 49% dibandingkan pada tahun 2019.

Biaya promosi sektor keempat pada PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) tahun 2015 Rp. 1449.593.681.162,- sedangkan biaya promosi pada tahun 2016 Rp. 1.747.076.083.714,- sehingga mengalami kenaikan 17% dibandingkan pada tahun 2015, biaya promosi pada tahun 2017 Rp. 1.770.001.487.841,- sehingga mengalami kenaikan 1% dibandingkan pada tahun 2016, biaya promosi pada tahun 2018 Rp. 1.631.719.344.675,- sehingga mengalami penurunan 8% dibandingkan pada tahun 2017, biaya promosi pada tahun 2019 Rp. 1.736.480.957.943,- sehingga mengalami kenaikan 6% dibandingkan pada tahun 2018, biaya promosi pada tahun 2020 Rp. 1.635.125.177.157,- sehingga mengalami penurunan 6% dibandingkan tahun 2019.

Biaya promosi sektor kelima pada PT MERCK Tbk (MERK) tahun 2015 Rp. 95.542.790.000,- sedangkan biaya promosi pada tahun 2016 Rp. 103.724.899.000,- sehingga mengalami kenaikan 8% dibandingkan pada tahun 2015, biaya promosi pada tahun 2017 Rp. 111.262.695.000,- mengalami kenaikan 4% dibandingkan pada tahun 2016, biaya promosi pada



tahun 2018 Rp. 103.985.439.000,- mengalami penurunan 7% dibandingkan pada tahun 2017, biaya promosi pada tahun 2019 Rp. 20.966.823.000,- mengalami penurunan yang tajam 80% dibandingkan pada tahun 2018, biaya promosi pada tahun 2020 Rp. 16.951.002.000,- mengalami penurunan 24% dibandingkan pada tahun 2019.

Biaya promosi sektor keenam pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) tahun 2015 Rp. 202.768.000.000,- sedangkan biaya promosi pada tahun 2016 Rp. 239.632.000.000,- sehingga mengalami kenaikan 15% pada tahun 2015, biaya promosi pada tahun 2017 Rp. 244.651.000.000,- mengalami penurunan 51% dibandingkan pada tahun 2016, biaya promosi pada tahun 2018 Rp. 284.626.000.000,- mengalami kenaikan 14% dibandingkan pada tahun 2017, biaya promosi pada tahun 2019 Rp. 357.109.000.000,- mengalami kenaikan 20% dibandingkan pada tahun 2018, biaya promosi pada tahun 2020 Rp. 359.460.000.000,- mengalami kenaikan 1% dibandingkan tahun 2019.

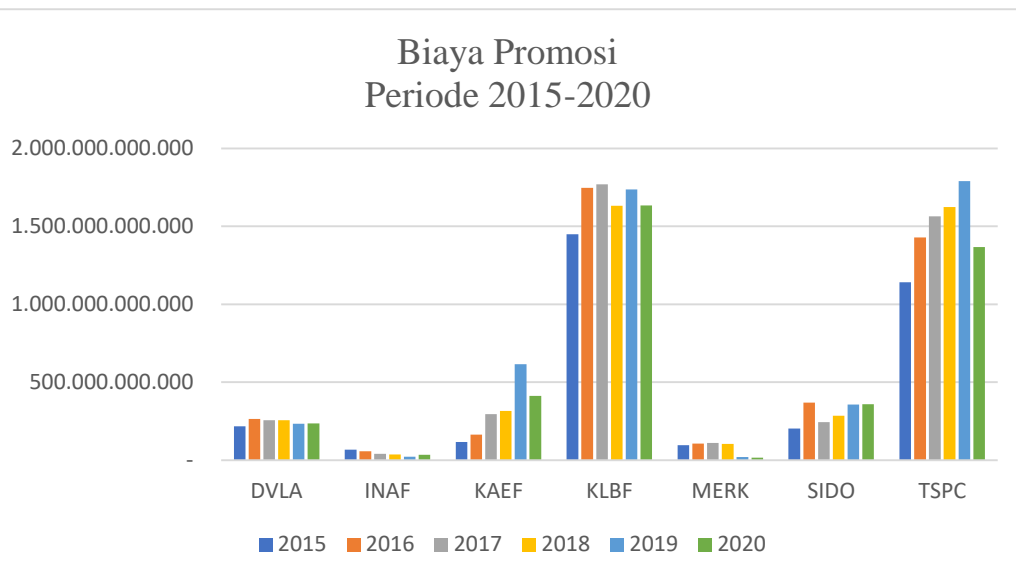
Biaya promosi sektor ketujuh pada PT Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) tahun 2015 Rp. 1.140.725.432.625 sedangkan biaya promosi pada tahun 2016 Rp. 1.428.561.196.776,- sehingga mengalami kenaikan 20% dibandingkan pada tahun 2015, biaya promosi pada tahun 2017 Rp. 1.564.678.969.410,- mengalami kenaikan 9% dibandingkan pada tahun 2016, biaya promosi pada tahun 2018 Rp. 1.624.739.073.340,- mengalami kenaikan 4% dibandingkan tahun 2017, biaya promosi pada tahun 2019 Rp. 1.789.991.718.657,- mengalami kenaikan 9% dibandingkan pada tahun 2018, biaya promosi pada tahun 2020 Rp. 1.367.506.629.650,- mengalami penurunan 31% dibandingkan pada tahun 2019.

Berdasarkan gambar 1.1 kenaikan maupun penurunan pada ketujuh perusahaan sektor farmasi terdapat kenaikan maupun penurunan biaya promosi yang mempengaruhi peningkatan terhadap penjualan. Diperkuat dengan penelitian Siti Rochmah (2016) yang menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.



Gambar 1. 1

Biaya Promosi 7 Perusahaan Sektor Farmasi Periode 2015-2020



Sumber: Lampiran 1 Tabel 1.1

Proses produksi yang dilakukan oleh setiap perusahaan tentunya melalui proses mulai dari bahan baku hingga produk yang dapat dijual, dan tentunya biaya yang dikeluarkan tidak sedikit, sehingga perlu mempertimbangkan biaya produksi yang normal pada saat pembuatan produk. Manajemen memiliki peran penting dalam hal pengendalian biaya produksi di mana efektifitas pengendalian biaya produksi di nilai atas kemampuan pusat biaya dalam mencapai volume produksi yang diharapkan pada tingkat kualitas tertentu (Wilson, 2017).

Berdasarkan lampiran 1 tabel 1.2 penulis menyimpulkan bahwa terdapat kenaikan maupun penurunan biaya produksi tujuh perusahaan dari sepuluh sektor farmasi yang dipilih oleh penulis pilih selama periode 2015-2020 yang tercatat dalam laporan keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Biaya produksi pada sektor pertama PT Darya-Varia Labotaria Tbk (DVLA) tahun 2015 Rp. 629.095.623.000,-, biaya produksi pada tahun 2016 Rp.634.814.642.000,- sehingga biaya produksi mengalami kenaikan 1% dibandingkan pada tahun 2015, biaya produksi pada tahun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2017 Rp. 284.055.058.457,- mengalami penurunan 16% dibandingkan tahun 2016, biaya produksi pada tahun 2018 Rp. 338.251.939.983,- mengalami kenaikan 16% dibandingkan pada tahun 2017, pada tahun 2019 biaya produksi Rp. 209.148.335.159,- mengalami penurunan 38% dibandingkan pada tahun 2018, pada tahun 2020 biaya produksi Rp. 269.318.324.327,- mengalami kenaikan 22% dibandingkan pada tahun 2019.

Biaya produksi pada sektor kedua PT Indofarma (Persero) Tbk (INAF) tahun 2015 Rp. 742.058.218.138,- sedangkan pada tahun 2016 biaya produksi Rp. 785.778.724.967,- sehingga mengalami kenaikan 6%, biaya produksi pada tahun 2017 Rp. 980.721.566.999,- mengalami penurunan 16% dibandingkan pada tahun 2016, biaya produksi pada tahun 2018 Rp. 1.225.567.436.044,- mengalami kenaikan 20% dibandingkan pada tahun 2017, biaya produksi pada tahun 2019 Rp. 1.697.635.068.000,- mengalami kenaikan 28% dibandingkan pada tahun 2018, biaya produksi pada tahun 2020 Rp. 1.467.353.397.000,- mengalami penurunan 16% dibandingkan pada tahun 2019.

Biaya produksi pada sektor ketiga PT Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF) tahun 2015 Rp. 742.058.218.138,- sedangkan biaya produksi pada tahun 2016 Rp. 785.778.724.967,- sehingga mengalami kenaikan 6%, biaya produksi pada tahun 2017 Rp. 980.721.566.999,- mengalami kenaikan 20% dibandingkan pada tahun 2016, biaya produksi pada tahun 2018 Rp. 1.225.567.436.044,- mengalami kenaikan 20% dibandingkan pada tahun 2017, biaya produksi pada tahun 2019 Rp. 1.697.635.068.000,- mengalami kenaikan sebesar 28% dibandingkan pada tahun 2018, biaya produksi pada tahun 2020 Rp. 1.467.353.397.000,- mengalami penurunan 16% dibandingkan pada tahun 2019.

Biaya produksi pada sektor keempat PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) tahun 2015 Rp. 5.015.206.920.375,- sedangkan biaya produksi pada tahun 2016 5.487.320.493.396,- sehingga mengalami kenaikan 9%, biaya produksi pada tahun 2017 Rp. 5.723.547.509.805,- mengalami



kenaikan 4% dibandingkan pada tahun 2016, biaya produksi pada tahun 2018 Rp. 6.099.435.860.146,- mengalami kenaikan 6% dibandingkan pada tahun 2017, biaya produksi pada tahun 2019 Rp. 6.526.333.612.125,- mengalami kenaikan sebesar 7% dibandingkan pada tahun 2018, biaya produksi pada tahun 2020 Rp. 6.612.473.781.690,- mengalami kenaikan 1% dibandingkan pada tahun 2019.

Biaya produksi pada sektor kelima PT MERCK Tbk (MERK) tahun 2015 Rp. 306.477.900.000,- sedangkan biaya produksi pada tahun 2016 Rp. 411.321.643,- sehingga mengalami kenaikan 25% dibandingkan pada tahun 2015, biaya produksi pada tahun 2017 Rp. 373.370.820.000,- mengalami penurunan 10% dibandingkan pada tahun 2016, biaya produksi pada tahun 2018 Rp. 396.964.610.000,- mengalami penurunan 6% dibandingkan pada tahun 2017, biaya produksi pada tahun 2019 Rp. 240.917.161.000,- mengalami kenaikan 0,04%, biaya produksi pada tahun 2020 Rp. 229.798.757,- mengalami penurunan 5%.

Biaya produksi pada sektor keenam PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) tahun 2015 Rp. 1.012.376.000.000,- sedangkan biaya produksi pada tahun 2016 Rp. 1.157.753.000.000,- sehingga mengalami kenaikan 13% dibanding pada tahun 2015, biaya produksi pada tahun 2017 Rp. 1.082.650.000.000,- mengalami penurunan 7% dibandingkan pada tahun 2016, biaya produksi pada tahun 2018 Rp. 1.363.877.000.000,- mengalami kenaikan 21% dibandingkan pada tahun 2017, biaya produksi pada tahun 2019 Rp. 1.387.619.000.000,- mengalami kenaikan 2% dibandingkan pada tahun 2018, biaya produksi pada tahun 2020 Rp. 1.472.755.000.000,- mengalami kenaikan 6% dibandingkan pada tahun 2019.

Biaya produksi pada sektor ketujuh PT Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) tahun 2015 Rp. 1.928.456.421.815,- sedangkan biaya produksi pada tahun 2016 Rp. 2.077.657.856.474,- sehingga mengalami kenaikan 7%, biaya produksi pada tahun 2017 Rp. 2.074.996.589.223,- mengalami penurunan 0,13% dibandingkan pada tahun 2016, biaya produksi pada tahun 2018 Rp. 2.555.513.124.121,- mengalami kenaikan 19% dibandingkan pada tahun 2017, biaya

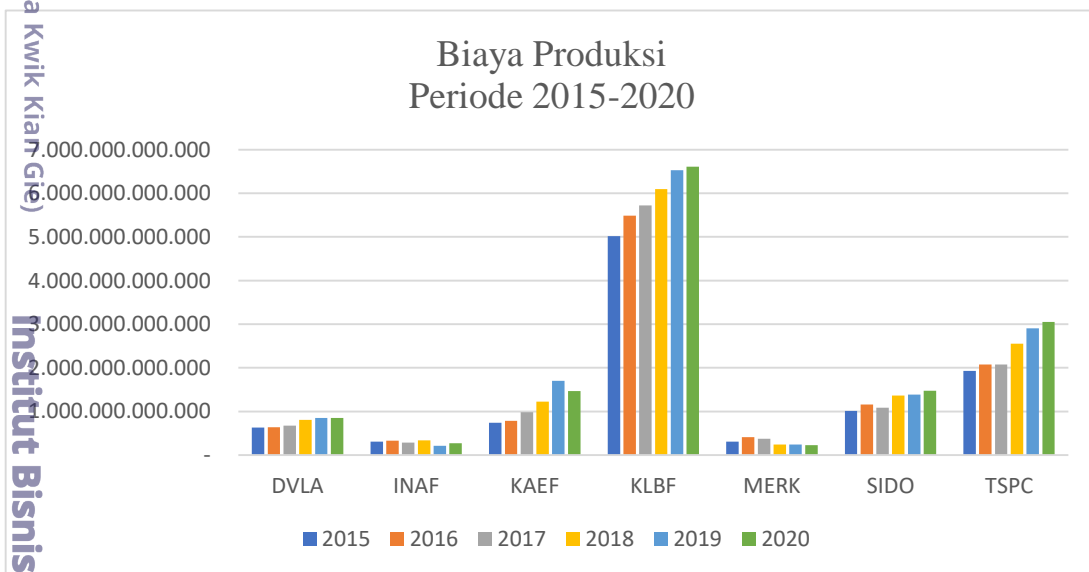


produksi pada tahun 2019 Rp. 2.902.871.769.755,- mengalami kenaikan 12% dibandingkan pada tahun 2018, biaya produksi pada tahun 2020 Rp. 3.052.873.102.283,- mengalami peningkatan 5% dibandingkan pada tahun 2019.

Berdasarkan gambar 1.2 kenaikan maupun penurunan biaya produksi yang berkaitan dengan produksi barang pada setiap perusahaan yang mendukung ketersediaan stok barang untuk dijual apakah semakin tinggi akan semakin mempengaruhi penjualan dikarenakan pihak *marketing* dan *sales* dapat menjual barang tanpa takut ketersediaan barang kosong. Hal ini didukung oleh penelitian Adriyanah (2017), dimana biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

Gambar 1. 2

Biaya Produksi 7 Perusahaan Sektor Farmasi Periode 2015-2020



Sumber: Lampiran 1 Tabel 1.2

Kas memegang peranan penting dalam pendapatan dan pengeluaran perusahaan untuk mengetahui berapa banyak yang diperoleh perusahaan. Kas merupakan aset yang paling likuid karena dapat digunakan untuk melunasi hutang perusahaan (Dwi Martani, 2012:180). Penulis menyimpulkan bahwa terdapat kenaikan maupun penurunan aset lancar pada akun kas yang bisa dilihat pada lampiran 1 tabel 1.3 pada tujuh perusahaan dari sepuluh sektor farmasi yang

Hak Cipta Milik IBI KGS (Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Milik IBI KGS (Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dipilih oleh penulis dengan periode 2015-2020 yang tercatat dalam laporan keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Kas pada sektor pertama PT Darya-Varia Labotaria Tbk (DVLA) tahun 2015 Rp. 422.259.085.000,-, kas pada tahun 2016 Rp. 372.378.578.000,- sehingga kas mengalami penurunan 13% dibandingkan pada tahun 2015, kas pada tahun 2017 Rp. 450.881.672.000,- mengalami kenaikan 17% dibandingkan tahun 2016, kas pada tahun 2018 Rp. 306.116.733.000,- mengalami penurunan 47% dibandingkan pada tahun 2017, pada tahun 2019 kas Rp. 339.047.459.000,- mengalami kenaikan 10% dibandingkan pada tahun 2018, pada tahun 2020 kas Rp. 265.312.464.000,- mengalami penurunan 28% dibandingkan pada tahun 2019.

Kas pada sektor kedua PT Indofarma (Persero) Tbk (INAF) tahun 2015 Rp. 313.472.666.666,- sedangkan pada tahun 2016 kas Rp. 56.233.906.214,- sehingga mengalami penurunan yang sangat tajam sebesar 82%, kas pada tahun 2017 Rp. 182.587.624.895,- mengalami kenaikan 69% dibandingkan pada tahun 2016, kas pada tahun 2018 Rp. 129.324.891.466,- mengalami kenaikan 29% dibandingkan pada tahun 2017, kas pada tahun 2019 Rp. 151.387.943.827,- mengalami kenaikan 15% dibandingkan pada tahun 2018, kas pada tahun 2020 Rp. 158.178.406.505,- mengalami kenaikan 4% dibandingkan pada tahun 2019.

Kas pada sektor ketiga PT Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF) tahun 2015 Rp. 460.994.073.484,- sedangkan kas pada tahun 2016 Rp. 647.683.951.012,- sehingga mengalami kenaikan 29%, kas pada tahun 2017 Rp. 989.637.043.381,- mengalami kenaikan 35% dibandingkan pada tahun 2016, kas pada tahun 2018 Rp. 1.960.038.027.753,- mengalami kenaikan 50% dibandingkan pada tahun 2017, kas pada tahun 2019 Rp. 1.360.268.286.000,- mengalami penurunan 44% dibandingkan pada tahun 2018, kas pada tahun 2020 Rp. 1.249.994.068.000,- mengalami penurunan 9% dibandingkan pada tahun 2019.



Kas pada sektor keempat PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) tahun 2015 Rp. 2.718.619.232.764,- sedangkan kas pada tahun 2016 Rp. 2.895.582.003.331,- sehingga mengalami kenaikan 6%, kas pada tahun 2017 Rp. 2.784.705.831.122,- mengalami penurunan 4% dibandingkan pada tahun 2016, kas pada tahun 2018 Rp. 3.153.327.557.478,- mengalami kenaikan 12% dibandingkan pada tahun 2017, kas pada tahun 2019 Rp. 3.040.487.103.572,- mengalami penurunan 4% dibandingkan pada tahun 2018, kas pada tahun 2020 Rp. 5.207.929.420.504,- mengalami kenaikan 42% dibandingkan pada tahun 2019.

Kas pada sektor kelima PT MERCK Tbk (MERK) tahun 2015 Rp. 140.831.570.000,- sedangkan kas pada tahun 2016 Rp. 114.436.004.000,- sehingga mengalami penurunan 23% dibandingkan pada tahun 2015, kas pada tahun 2017 Rp. 59.465.257.000,- mengalami penurunan 48% dibandingkan pada tahun 2016, kas pada tahun 2018 Rp. 403.188.662.000,- mengalami peningkatan 85% dibandingkan pada tahun 2017, kas pada tahun 2019 Rp. 161.465.802.000,- mengalami penurunan 60%, kas pada tahun 2020 Rp. 134.725.309.000,- mengalami penurunan 20%.

Kas pada sektor keenam PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) tahun 2015 Rp. 836.975.000.000,- sedangkan kas pada tahun 2016 Rp. 997.135.000.000,- sehingga mengalami kenaikan 16% dibandingkan pada tahun 2015, kas pada tahun 2017 Rp. 902.852.000.000,- mengalami penurunan 10% dibandingkan pada tahun 2016, kas pada tahun 2018 Rp. 805.833.000.000,- mengalami penurunan 12% dibandingkan pada tahun 2017, kas pada tahun 2019 Rp. 864.824.000.000,- mengalami kenaikan 7% dibandingkan pada tahun 2018, kas pada tahun 2020 Rp. 1.031.954.000.000,- mengalami kenaikan 16% dibandingkan pada tahun 2019.

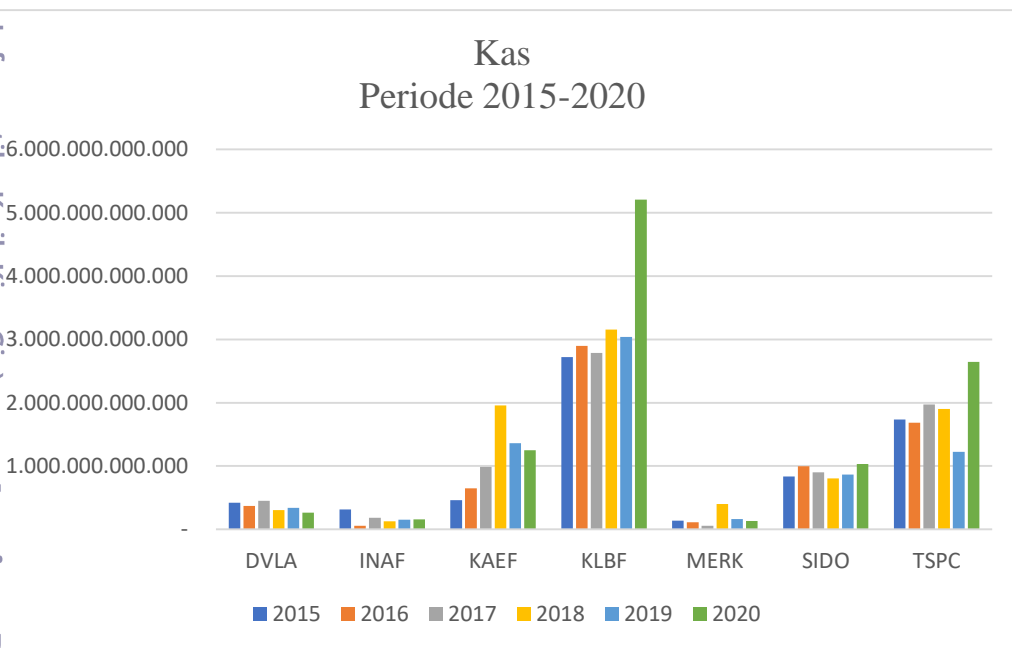
Kas pada sektor ketujuh PT Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) tahun 2015 Rp. 1.736.027.664.442,- sedangkan kas pada tahun 2016 Rp. 1.686.270.815.296,- sehingga mengalami penurunan 3%, kas pada tahun 2017 Rp. 1.973.276.106.331,- mengalami kenaikan



15% dibandingkan pada tahun 2016, kas pada tahun 2018 Rp. 1.903.177.852.578,- mengalami penurunan 4% dibandingkan pada tahun 2017, kas pada tahun 2019 Rp. 2.254.216.067.576,- mengalami penurunan 18% dibandingkan pada tahun 2018, kas pada tahun 2020 Rp. 2.645.930.816.069,- mengalami peningkatan 15% dibandingkan pada tahun 2019. Berdasarkan gambar 1.3 kenaikan atau penurunan penjualan masing-masing perusahaan yang mempengaruhi kenaikan kas, dan semakin banyak kas maka semakin tinggi pula penjualan khususnya penjualan tunai.

Gambar 1. 3

Kas 7 Perusahaan Sektor Farmasi Periode 2015-2020



Sumber: Lampiran 1 Tabel 1.3

Menurut Surono, Rahayu dan Zahroh (2015) piutang merupakan hak menagih dari pemberi uang jasa kepada penerima jasa yang membentuk hubungan dimana yang pihak satu berutang dengan pihak pemberi piutang. Penulis menyimpulkan bahwa terjadi kenaikan atau penurunan aset lancar pada piutang yang ditunjukkan pada lampiran 1 tabel 1.4 pada tujuh perusahaan dari sepuluh sektor farmasi yang dipilih oleh penulis dengan periode 2015-2020 yang tercatat dalam laporan keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Piutang sektor pertama PT Darya-Varia Labotaria Tbk (DVLA) tahun 2015 Rp. 365.905.424.000,-, piutang pada tahun 2016 Rp.440.446.957.000,- sehingga piutang mengalami kenaikan 17% dibandingkan pada tahun 2015, piutang pada tahun 2017 Rp. 448.003.830.000,- mengalami kenaikan 2% dibandingkan tahun 2016, piutang pada tahun 2018 Rp. 550.099.354.000,- mengalami kenaikan 19% dibandingkan pada tahun 2017, pada tahun 2019 piutang Rp. 535.208.236.000,- mengalami penurunan 3% dibandingkan pada tahun 2018, pada tahun 2020 piutang Rp. 657.841.124.000,- mengalami kenaikan 19% dibandingkan pada tahun 2019.

Piutang pada sektor kedua PT Indofarma (Persero) Tbk (INAF) tahun 2015 Rp. 190.237.969.425,- sedangkan pada tahun 2016 kas Rp. 207.705.027.953,- sehingga mengalami kenaikan 8% dibandingkan piutang pada tahun 2015, piutang pada tahun 2017 Rp. 174.712.215.906,- mengalami penurunan 19% dibandingkan pada tahun 2016, piutang pada tahun 2018 Rp. 163.737.603.056,- mengalami penurunan 7% dibandingkan pada tahun 2017, piutang pada tahun 2019 Rp. 211.779.986.714,- mengalami kenaikan 23% dibandingkan pada tahun 2018, piutang pada tahun 2020 Rp. 250.800.351.847,- mengalami kenaikan 16% dibandingkan pada tahun 2019.

Piutang pada sektor ketiga PT Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF) tahun 2015 Rp. 510.534.165.277,- sedangkan kas pada tahun 2016 Rp. 651.276.166.375,- sehingga mengalami kenaikan 22% dibandingkan pada tahun 2015, piutang pada tahun 2017 Rp. 848.656.201.775,- mengalami kenaikan 23% dibandingkan pada tahun 2016, piutang pada tahun 2018 Rp.736.771.582.922,- mengalami penurunan 15% dibandingkan pada tahun 2017, piutang pada tahun 2019 Rp. 1.319.734.421.000,- mengalami penurunan 44% dibandingkan pada tahun 2018, piutang pada tahun 2020 Rp. 1.113.869.099.000,- mengalami penurunan 18% dibandingkan pada tahun 2019.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
Ha Cipi Diliindungi Undang-Undang
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Piutang pada sektor keempat PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) tahun 2015 Rp. 2.337.444.304.540,- sedangkan piutang pada tahun 2016 Rp. 2.606.612.666.119,- sehingga mengalami kenaikan 10%, piutang pada tahun 2017 Rp. 2.851.855.047.281,- mengalami kenaikan 9% dibandingkan pada tahun 2016, piutang pada tahun 2018 Rp. 3.230.855.504.419,- mengalami kenaikan 12% dibandingkan pada tahun 2017, piutang pada tahun 2019 Rp. 3.531.177.696.227,- mengalami kenaikan 9% dibandingkan pada tahun 2018, kas pada tahun 2020 Rp. 3.434.046.805.672,- mengalami penurunan 3% dibandingkan pada tahun 2019.

Piutang pada sektor kelima PT MERCK Tbk (MERK) tahun 2015 Rp. 161.472.425.000,- sedangkan piutang pada tahun 2016 Rp. 149.184.469.000,- sehingga mengalami penurunan 8% dibandingkan pada tahun 2015, piutang pada tahun 2017 Rp. 209.446.183.000,- mengalami kenaikan 29% dibandingkan pada tahun 2016, piutang pada tahun 2018 Rp. 157.583.065.000,- mengalami penurunan 33% dibandingkan pada tahun 2017, piutang pada tahun 2019 Rp. 233.134.670.000,- mengalami penurunan 32%, piutang pada tahun 2020 Rp. 161.827.534.000,- mengalami kenaikan 31%.

Piutang pada sektor keenam PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) tahun 2015 Rp. 335.495.000.000,- sedangkan piutang pada tahun 2016 Rp. 367.145.000.000,- sehingga mengalami kenaikan 9% dibandingkan pada tahun 2015, piutang pada tahun 2017 Rp. 427.248.000.000,- mengalami kenaikan 14% dibandingkan pada tahun 2016, piutang pada tahun 2018 Rp. 238.574.000.000,- mengalami penurunan 44% dibandingkan pada tahun 2017, piutang pada tahun 2019 Rp. 269.824.000.000,- mengalami kenaikan 12% dibandingkan pada tahun 2018, piutang pada tahun 2020 Rp. 296.885.000.000,- mengalami kenaikan 9% dibandingkan pada tahun 2019.

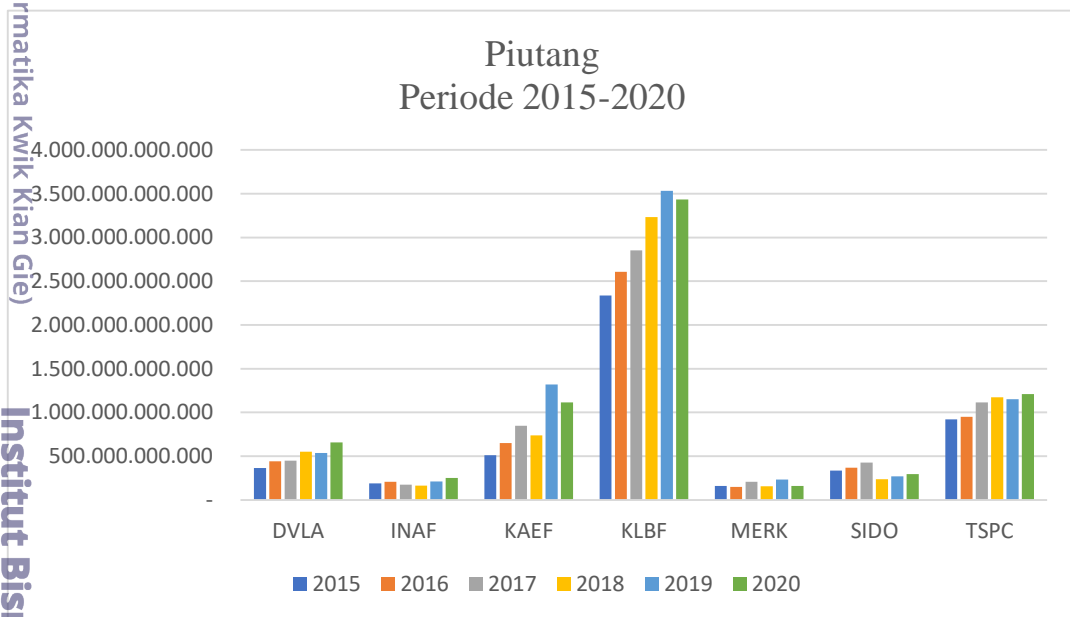
Piutang pada sektor ketujuh PT Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) tahun 2015 Rp. 922.485.151.051,- sedangkan piutang pada tahun 2016 Rp. 951.172.121.759,- sehingga mengalami kenaikan 3%, piutang pada tahun 2017 Rp. 1.113.293.220.788,- mengalami



kenaikan 15% dibandingkan pada tahun 2016, piutang pada tahun 2018 Rp. 1.171.801.034.437,- mengalami kenaikan 5% dibandingkan pada tahun 2017, piutang pada tahun 2019 Rp. 1.149.590.796.666,- mengalami penurunan 2% dibandingkan pada tahun 2018, piutang pada tahun 2020 Rp. 1.208.945.002.131,- mengalami peningkatan 5% dibandingkan pada tahun 2019. Berdasarkan gambar 1.4 kenaikan maupun penurunan piutang timbul karena adanya penjualan kredit pada setiap perusahaan dapat mempengaruhi peningkatan piutang, semakin tinggi perusahaan memberikan piutang atau penjualan kredit dapat meningkatkan angka penjualan pada perusahaan tersebut.

Gambar 1. 4

Piutang 7 Perusahaan Sektor Farmasi Periode 2015-2020



Sumber: Lampiran 1 Tabel 1.4

Di lansir dari kompasiana.com (2015) pentingnya penjualan bagi perusahaan dipengaruhi oleh 5 faktor yaitu mengetahui apa yang diinginkan pelanggan dan menentukan kebutuhan pelanggan, menetapkan pangsa pasar, tersedia nya modal untuk melakukan proses produksi, dan menentukan strategi penjualan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sektor pertama, penjualan bersih PT Darya-Varia Labotaria Tbk (DVLA) pada tahun 2015 Rp. 1.306.098.136.000,- sedangkan pada penjualan tahun 2016 Rp. 1.451.356.680.000,- sehingga mengalami kenaikan 10% dibandingkan pada pada penjualan tahun 2015, penjualan pada tahun 2017 Rp. 1.575.647.308.000,- mengalami kenaikan 8% dibandingkan pada penjualan tahun 2016, penjualan pada tahun 2018 Rp. 1.69.657.296.000,- mengalami kenaikan 7% dibandingkan pada penjualan tahun 2017, penjualan berih pada tahun 2019 Rp. 1813.020.278.000,- mengalami kenaikan 6% dibandingkan pada penjualan tahun 2018, penjualan pada tahun 2020 Rp. 1.829.699.557,- mengalami kenaikan 1% dibandingkan pada penjualan tahun 2019.

Sektor kedua, penjualan PT Indofarma (Persero) Tbk (INAF) pada tahun 2015 Rp. 1.624.898.667.657,- sedangkan penjualan pada tahun 2016 Rp. 1.674.702.722.328,- sehingga mengalami kenaikan 3% dibandingkan pada penjualan tahun 2015, penjualan pada tahun 2017 Rp. 1.631.317.499.096,- mengalami penurunan 3% dibandingkan penjualan pada pada penjualan tahun 2016, penjualan pada tahun 2018 Rp. 1.592.979.941.258,- mengalami penurunan 2% dibandingkan penjualan pada tahun 2017, penjualan pada tahun 2019 Rp. 1.359.175.249.655,- mengalami penurunan 17% dibandingkan penjualan pada tahun 2018, penjualan pada tahun 2020 Rp. 1.715.587.654.399,- mengalami kenaikan 21% dibandingkan pada tahun 2019.

Sektor ketiga, penjualan PT Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF) pada tahun 2015 Rp. 4.860.371.483.524 sedangkan penjualan pada tahun 2016 Rp. 5.811.502.656.431,- sehingga mengalami kenaikan 16% dibandingkan pada penjualan tahun 2015, penjualan pada tahun 2017 Rp. 6.127.479.369.403,- mengalami kenaikan 5% dibandingkan pada penjualan tahun 2016, pada penjualan tahun 2018 Rp. 7.454.114.741.189,- mengalami kenaikan 18% dibandingkan pada penjualan tahun 2017, penjualan pada tahun 2019 Rp. 9.400.535.476.000,- mengalami



kenaikan 9% dibandingkan pada penjualan tahun 2018, penjualan pada tahun 2020 Rp. 10.006.173.023.000,- mengalami kenaikan 6% dibandingkan pada penjualan tahun 2019.

Sektor keempat, PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF), penjualan pada tahun 2015 Rp. 17.887.464.223.321,- sedangkan penjualan pada tahun 2016 Rp. 19.374.230.957.505,- sehingga mengalami kenaikan 8% dibandingkan pada penjualan tahun 2015, penjualan pada tahun 2017 Rp. 20.182.120.166.616,- mengalami kenaikan 4% dibandingkan pada penjualan tahun 2016, penjualan pada tahun 2018 Rp. 21.074.306.186.027,- mengalami kenaikan 4% dibandingkan pada penjualan tahun 2017, penjualan pada tahun 2019 Rp. 22.633.476.361.038,- mengalami kenaikan 7% dibandingkan penjualan pada tahun 2018, penjualan pada tahun 2020 Rp. 23.112.654.991.224,- mengalami kenaikan 2% dibandingkan penjualan pada tahun 2019.

Sektor kelima, penjualan PT MERCK Tbk (MERK) pada tahun 2015 Rp. 983.446.471,- sedangkan penjualan pada tahun 2016 Rp. 1.034.806.890,- sehingga mengalami kenaikan 5% dibandingkan pada penjualan tahun 2015, penjualan pada tahun 2017 Rp. 1.156.648.155.000,- mengalami kenaikan 11% dibandingkan penjualan pada tahun 2016, penjualan pada tahun 2018 Rp. 611.958.076.000 mengalami penurunan 47% dibandingkan penjualan pada tahun 2017, penjualan pada tahun 2019 Rp. 744.634.530.000,- mengalami kenaikan 18% dibandingkan penjualan tahun 2018, penjualan tahun 2020 Rp. 655.847.125.000 mengalami penurunan 14% dibandingkan penjualan pada tahun 2019.

Sektor keenam, penjualan PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) pada tahun 2015 Rp. 2.218.536.000.000,- sedangkan penjualan pada tahun 2016 Rp. 2.561.806.000.000 sehingga mengalami kenaikan 13% dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2015, penjualan pada tahun 2017 Rp. 2.573.840.000.000 mengalami kenaikan 0,47% dibandingkan dengan penjualan tahun 2016, penjualan pada tahun 2018 Rp. 2.763.292.000.000,- mengalami kenaikan 7% dibandingkan penjualan pada tahun 2017, penjualan pada tahun 2019 Rp. 3.067.434.000.000,- mengalami kenaikan 10% dibandingkan



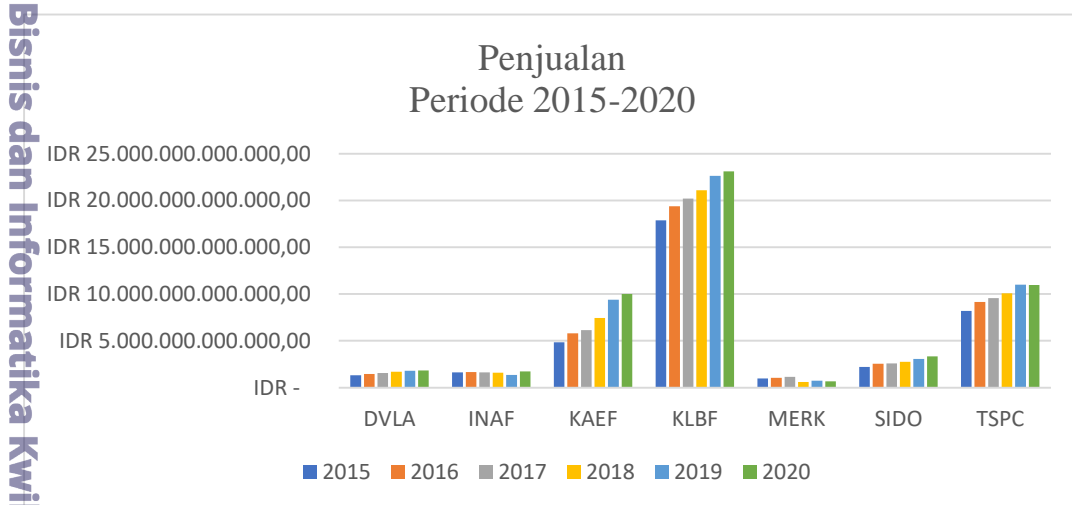
penjualan tahun 2018, penjualan pada tahun 2020 Rp. 3.335.411.000.000,- mengalami kenaikan 8% dibandingkan penjualan pada tahun 2019.

Sektor ketujuh, penjualan PT. Tempo Scan Pacific pada tahun 2015 Rp. 8.181.481.867.179,- sedangkan penjualan pada tahun 2016 Rp. 9.138.238.993.842,- mengalami kenaikan 10% dibandingkan penjualan pada tahun 2015, penjualan pada tahun 2017 Rp. 9.365.462.045.199,- mengalami kenaikan 4% dibandingkan penjualan pada tahun 2016, penjualan pada tahun 2018 Rp 10.088.118.830.780,- mengalami kenaikan 5% dibandingkan penjualan pada tahun 2017, penjualan pada tahun 2019 Rp. 10.993.842.057.747,- mengalami kenaikan 8% dibandingkan penjualan pada tahun 2018, penjualan pada tahun 2020 Rp. 10.968.402.090.246,- mengalami penurunan 0,23% dibandingkan penjualan pada tahun 2019.

Berdasarkan Gambar 1.5, kenaikan atau penurunan penjualan ketujuh perusahaan pada sektor farmasi akan berdampak signifikan terhadap kemajuan dan keberlanjutan perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Biaya Promosi, Biaya produksi dan Kas Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Sektor Farmasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020”.

Gambar 1. 5
Penjualan 7 Perusahaan Sektor Farmasi Periode 2015-2020



Sumber:Lampiran 1 Tabel 1.5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020?
2. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020?
3. Apakah kas berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020?
4. Apakah piutang berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020?
2. Apakah biaya produksi berpengaruh pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020?
3. Apakah kas berpengaruh pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020?



D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang penulis tetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Obyek penelitian ini adalah perusahaan sektor farmasi PT Darya-Varia Labotaria Tbk (DVLA), PT Indofarma (Persero) Tbk. (INAF), PT Kimia Farma Tbk. (KAEF), PT Kalbe Farma Tbk. (KLBF), PT Merck Tbk. (MERK), PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. (SIDO), PT Tempo Scan Pacific Tbk. (TSPC).
2. Alasan penulis memilih ketujuh perusahaan tersebut dikarenakan:
 - i. Rata-rata biaya promosi dari tahun 2015-2020 PT Darya-Varia Labotaria Tbk. meningkat sebesar 1,21%, rata-rata produksi dari tahun 2015-2020 PT Darya-Varia Labotaria Tbk. meningkat 5,67%, rata-rata kas dari tahun 2015-2020 PT Darya-Varia Labotaria Tbk. menurun sebesar 12%, dan rata-rata penjualan dari tahun 2015-2020 PT Darya-Varia Labotaria Tbk. meningkat sebesar 6%.
 - ii. Rata-rata biaya promosi dari tahun 2015-2020 PT Indofarma (Persero) Tbk. menurun sebesar 19,69%, rata-rata produksi dari tahun 2015-2020 PT Indofarma (Persero) Tbk. meningkat sebesar 13,45%, rata-rata kas dari tahun 2015-2020 PT Indofarma (Persero) Tbk. meningkat sebesar 40%, dan rata-rata penjualan dari tahun 2015-2020 PT Indofarma (Persero) Tbk. tidak mengalami kenaikan maupun penurunan.
 - iii. Rata-rata biaya promosi dari tahun 2015-2020 PT Kimia Farma Tbk. meningkat sebesar 15,90%, rata-rata biaya produksi dari tahun 2015-2020 PT Kimia Farma Tbk. meningkat sebesar 11,51%, rata-rata kas dari tahun 2015-2020 PT Kimia Farma Tbk. meningkat sebesar 12%, dan rata-rata penjualan dari tahun 2015-2020 PT Kimia Farma Tbk. meningkat sebesar 13%.
 - iv. Rata-rata promosi dari tahun 2015-2020 PT Kalbe Farma Tbk. meningkat sebesar 1,94%, rata-rata produksi dari tahun 2015-2020 PT Kalbe Farma Tbk. meningkat 5,35%, rata-



rata kas dari tahun 2015-2020 PT Kalbe Farma Tbk. meningkat sebesar 10%, dan rata-rata penjualan dari tahun 2015-2020 PT Kalbe Farma Tbk. meningkat sebesar 5%.

v. Rata-rata promosi dari tahun 2015-2020 PT Merck Tbk. menurun cukup signifikan sebesar 82,40%, rata-rata produksi dari tahun 2015-2020 PT Merck Tbk. menurun sebesar 12,12%, rata-rata kas dari tahun 2015-2020 PT Merck Tbk. meningkat sebesar 30%, dan rata-rata penjualan dari tahun 2015-2020 PT Merck Tbk. menurun sebesar 13%.

vi. Rata-rata promosi dari tahun 2015-2020 PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. meningkat sebesar 10,49%, rata-rata produksi dari tahun 2015-2020 PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. meningkat sebesar 6,75%, rata-rata kas dari tahun 2015-2020 PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. meningkat sebesar 3%, dan rata-rata penjualan dari tahun 2015-2020 PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. meningkat sebesar 8%.

vii. Rata-rata promosi dari tahun 2015-2020 PT Tempo Scan Pacific Tbk. meningkat sebesar 218%, rata-rata biaya produksi dari tahun 2015-2020 PT Tempo Scan Pacific Tbk. meningkat sebesar 8,55%, rata-rata kas dari tahun 2015-2020 PT Tempo Scan Pacific Tbk. meningkat sebesar 19%, dan rata-rata penjualan dari tahun 2015-2020 PT Tempo Scan Pacific Tbk. meningkat sebesar 6%.

3. Periode penelitian ini diambil dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2020.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian di atas, maka rumusan masalah yang ditetapkan adalah “Apakah biaya promosi, biaya produksi dan kas mempengaruhi penjualan pada sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 sampai dengan 2020”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh biaya promosi yang tinggi dapat mempengaruhi kenaikan penjualan pada sektor Farmasi pada tahun 2015 sampai dengan 2020.
2. Untuk mengetahui apakah biaya produksi yang tinggi dapat mempengaruhi penjualan pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020.
3. Untuk mengetahui apakah kas berpengaruh pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2020.

G. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini memiliki manfaat penelitian yaitu:

1. Untuk akademi, diharapkan dapat memberikan andil terhadap pengembangan literatur manajemen pemasaran serta dapat dijadikan sebagai referensi tambahan mahasiswa lainnya mengenai pengaruh biaya pemasaran terhadap penjualan.
2. Untuk penelitian yang akan datang, selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh biaya pemasaran terhadap penjualan.
3. Untuk perusahaan, diharapkan dapat menambah informasi mengenai perkembangan biaya promosi, biaya produksi dan kas yang dapat mempengaruhi penjualan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini dibagi menjadi tiga bagian: landasan teori, penelitian sebelumnya, dan kerangka penelitian. Landasan teori meliputi teori-teori yang tertata dengan baik yang memberikan landasan yang kuat untuk topik penelitian yang diangkat oleh penulis.

Penelitian terdahulu meliputi hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang bersangkutan dengan penelitian topik penelitian penulis, berfungsi untuk mengembangkan penelitian dengan memeriksa apa yang kelebihan dan kekurangan mengenai penelitian yang dilakukan. Kerangka pemikiran adalah kombinasi hubungan antar variabel yang diteliti.

A. Landasan Teoritis

1. Biaya

Biaya adalah uang atau sumber daya keuangan yang dikorbankan untuk memperoleh produk yang diharapkan dapat mencapai tujuan tertentu.

Menurut Siregar (2013:23) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

Menurut Badriyah (2015b:41) menyatakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber daya keuangan, diukur dalam satuan uang yang dikeluarkan atau kemungkinan akan dikeluarkan untuk tujuan tertentu.

Menurut Tunggal (2014:8) biaya merupakan nilai moneter yang sekarang dan sumber ekonomi yang dikorbankan atau yang harus dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa.



2. Promosi

Promosi adalah kegiatan penjualan yang digunakan oleh suatu bisnis dengan memperkenalkan suatu produk untuk mendapatkan perhatian konsumen dan kemudian membeli produk tersebut.

Menurut Swastha dan Irawan (2012) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Gitosudarmo (2019:155) promosi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan agar konsumen mengenal suatu perusahaan, senang, dan membeli produk perusahaan tersebut.

Menurut Sukirno (2013:8) promosi adalah menyajikan produk dengan cara yang disukai dan dibeli konsumen.

Menurut Alma (2014:179) promosi adalah segala bentuk komunikasi pemasaran yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

Menurut Alma (2016:181) tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, meyakinkan. Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:76) mendefinisikan promosi mengacu pada kegiatan yang berkomunikasi dengan manfaat produk dan membujuk pelanggan target untuk membelinya.

Menurut Lupiyoadi (2013:92) mendefinisikan promosi sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

3. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah penggunaan dana yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya dengan tujuan menghasilkan keuntungan.

Menurut Syaharuddin (2015:7-8) biaya promosi adalah pengeluaran dalam satuan uang dan potensial dalam rangka kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada pembeli dengan sasaran dan harapan agar mereka tergerak hatinya dan secara sukarela membeli produk. Menurut Hermono (2012), menunjukkan bahwa biaya promosi perlu mendukung kelancaran untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.

Menurut Swasta (2014:86), biaya promosi adalah biaya yang digunakan dalam proses arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang.

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015), biaya promosi dapat dibagi menjadi lima kategori:

1. Persentase penjualan.
2. Anggaran semampunya.
3. Menyesuaikan anggaran pesaing.
4. Tujuan dan tugas.
5. Anggaran periode sebelumnya.

4. Produksi

Produksi adalah kegiatan perusahaan yang mengolah produk dan mengubah bahan mentah sampai menjadi produk jadi.



Menurut Assauri (2016:153) produksi adalah kegiatan yang melibatkan tenaga manusia, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna.

Menurut Lismiatun (2021:53) faktor-faktor yang dapat dilakukan unruk mencapai produksi yang optimal, yaitu :

1. Ketersediaan bahan dasar yang akan di produksi.
2. Ketersediaan kapasitas alat bantu baik mesin, gunting, dan lain-lain.
3. Ketersediaan tenaga kerja atau sumber daya manusia
4. Prediksi besarnya permintaan akan hasil produksi.
5. Tersedianya faktor-faktor produksi lainnya yang mendukung.

Menurut Rambe dan Uzaimi (2016:11), proses produksi dapat dilakukan dengan dua

cara:

1. Tahapan proses produksi

Proses produksi hanya melalui satu departemen produksi, tetapi didukung oleh beberapa departemen.

2. Beberapa tahapan proses produksi

Proses produksi melalui beberapa departemen produksi dan dibantu oleh beberapa departemen.

Kegiatan proses produksi menurut Rambe dan Uzaimi (2016:11) meliputi:

1. Penggunaan bahan baku atau mentah untuk diolah.
2. Penggunaan tenaga kerja untuk mengolah bahan baku.
3. Penggunaan fasilitas untuk mendukung proses produksi.
4. Pengiriman produk jadi ke gudang atau ke departemen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua biaya bisnis yang digunakan untuk memproduksi barang yang diproduksi oleh perusahaan.

Menurut Mulyadi (2014:14), biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Menurut Sutrisno (2012:11) biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai.

Menurut Rambe dan Uzaimi (2016:4), biaya produksi adalah biaya yang timbul akibat dari proses produksi yang berlangsung.

Menurut Sodikin (2015:22) biaya produksi merupakan biaya yang diperlukan untuk memperoleh biaya bahan baku dan mengubahnya menjadi produk selesai dan siap di jual.

Menurut Djamalu (2013) biaya produksi merupakan cara menentukan harga jual suatu produk atau jumlah penjualan yang dicapai.

Tujuan biaya produksi menurut Mulyadi (2012:20), yaitu :

1. Untuk menetapkan jumlah biaya produksi secara tepat.
2. Untuk membantu manajemen mengadakan pengendalian biaya yang tepat.
3. Untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan jangka pendek.

6. Kas

Kas adalah alat pembayaran atau kas, artinya perusahaan bersedia mendanai pengeluaran-pengeluaran usaha yang tidak terduga, dan bebas berarti perusahaan bebas untuk mendanai operasional umum perusahaan.



harga yang saling menguntungkan. Menurut Basu Swasta (2009:10) penjualan dapat dibagi menjadi dua bagian:

i. Penjualan tunai

Kegiatan pertukaran produk yang dilakukan oleh penjual dan pembeli secara bersamaan.

ii. Penjualan kredit

Kegiatan salah satu pihak, pembeli, mengirimkan uang di kemudian hari atau menukarkan barang dengan tenggang waktu rata-rata dua bulan sejak barang diserahkan.

Penjualan mempunyai tiga tujuan bagi perusahaan menurut Swastha dan Irawan (2010:404), yaitu:

1. Mencapai volume penjualan tertentu

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mencapai jumlah penjualan tertentu.

2. Mendapatkan laba tertentu

Dengan menetapkan keuntungan atau laba maka suatu perusahaan akan dapat tetap berjalan.

3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Pertumbuhan suatu perusahaan dapat di dari penjualan perusahaan tersebut, dan juga dapat di apakah pertumbuhan perusahaan tersebut baik atau tidak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Swastha (2014:406), faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

adalah :

1. Kondisi dan kemampuan penjual.
2. Kondisi Pasar.
3. Modal.
4. Kondisi organisasi perusahaan
5. Kemampuan memiliki penyalur yang tepat.
6. Faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, dan lain sebagainya.

B. Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian tentang penjualan yang telah diteliti sebelumnya, dengan menggunakan beberapa variabel yang berbeda digunakan untuk menghasilkan hasil penelitian yang berbeda.

Berikut adalah daftar tabel yang menunjukkan penelitian terdahulu mengenai penjualan:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

1	Judul Penelitian	Pengaruh Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI 2011-2015
	Nama Peneliti	Reny Febiani
	Tahun Penelitian	2017
	Variabel Penelitian	Independen : Perputaran Kas Dependen : Profitabilitas



2	Hasil Penelitian	Perputaran kas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
	Judul Penelitian	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Mio Series Pada Dealer Yamaha Deta Berlian M. Toha Periode Tahun 2016-2018
	Nama Peneliti	Christine Elisabeth, SE, MM., Nova Pramesti
	Tahun Penelitian	2020
	Variabel Penelitian	Independen : Biaya Promosi Dependen : Penjualan
3	Hasil Penelitian	Antara Biaya Promosi dengan Penjualan memiliki pengaruh yang signifikan.
	Judul Penelitian	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Produk Indosat Di Bandar Lampung
	Nama Peneliti	Khairul Saleh, Medy Iswara
	Tahun Penelitian	2017
	Variabel Penelitian	Independen : Biaya Promosi Dependen : Penjualan
4	Hasil Penelitian	Biaya Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.
	Judul Penelitian	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.
	Nama Peneliti	Silvia Anne Rupaida

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Tahun Penelitian	2016
	Variabel Penelitian	Independen : Biaya Produksi, Biaya Promosi Dependen : Penjualan
	Hasil Penelitian	Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh positif terhadap penjualan.
5	Judul Penelitian	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Suatu Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor <i>Food and Beverage</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2016)
	Nama Peneliti	Raisya Astari Rasyid, Leny Suzan
	Tahun Penelitian	2018
	Variabel Penelitian	Independen : Biaya Promosi, Biaya Distribusi Dependen : Penjualan
6	Hasil Penelitian	Biaya Promosi dan Biaya Distribusi berpengaruh positif terhadap penjualan
	Judul Penelitian	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018
	Nama Peneliti	Trie Rachmi Malida, Dr. Leny Suzan, S.E., M.Si.
	Tahun Penelitian	2020
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Variabel Penelitian	Independen : Biaya Promosi, Biaya Distribusi Dependen : Penjualan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Hasil Penelitian	Biaya Promosi dan Biaya Distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan
	Judul Penelitian	Pengaruh Biaya Promosi Dan Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada PT. Krida Dimanik Auto Nusa Mataram)
	Nama Peneliti	Tama Krisnahadi
	Tahun Penelitian	2018
	Variabel Penelitian	Independen : Biaya Promosi, Potongan Harga Dependen : Penjualan
	Hasil Penelitian	Biaya Promosi dan Potongan Harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan
8 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Judul Penelitian	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan
	Nama Peneliti	I Gede Eka Sanjaya Putra, Gede Putu Agus Jana Susila, Ni Nyoman Yulianthini
	Tahun Penelitian	2016
	Variabel Penelitian	Independen : Biaya Promosi, Biaya Produksi, Biaya Distribusi Dependen : Penjualan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Secara simultan biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan</p> <p>Secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif signifikan terhadap penjualan, sedangkan biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan</p>
--	-------------------------	---

C Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti menguji tiga variabel bebas dengan variabel terikat: biaya promosi (X1), biaya produksi (X2), kas (X3) dan penjualan (Y).

1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan

Promosi memiliki tujuan, yaitu menginformasikan, menarik dan mempengaruhi penjualan guna meningkatkan penjualan. Biaya promosi adalah penggunaan dana yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya dengan tujuan menghasilkan keuntungan

Biaya promosi mencakup semua kegiatan yang berhubungan dengan promosi atau kegiatan yang berhubungan dengan penjualan produk, jika biaya promosi meningkat maka penjualan pun akan ikut meningkat dan juga sebaliknya jika biaya promosi menurun maka penjualan pun akan menurun. Menurut Rangkuti (2009:56) menyatakan bahwa biaya promosi adalah pengorbanan finansial yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan promosi. Menurut Hery (2015:365) menyatakan bahwa biaya promosi biasanya dikeluarkan untuk mempublikasikan keberadaan atau sifat bisnis yang diselenggarakan oleh suatu organisasi.



2. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan

Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk mendanai proses manufaktur dalam mengubah bahan baku atau produk setengah jadi menjadi produk akhir.

Mulyadi (2012:14) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang jadi siap untuk dijual. Jika biaya tidak terlalu tinggi dan produk dapat diproduksi dalam jumlah banyak dan berkualitas tinggi, maka biaya produksi menjadi efisien.

Jika biaya produksi dinaikkan maka penjualan akan naik, tetapi jika penjualan naik maka anggaran biaya produksi dimasa yang akan datang akan naik pula. Dengan kata lain, semakin tinggi biaya yang dikeluarkan sesuai dengan produk yang diproduksi, semakin tinggi penjualan produk dikarenakan biaya produksi sangat diperlukan perusahaan untuk membuat suatu produk.

3. Pengaruh Kas Terhadap Penjualan

Kas adalah uang yang dimiliki oleh suatu usaha yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk keperluan sehari-hari guna menjalankan usaha atau untuk melakukan transaksi-transaksi lainnya atau kas yang dimiliki perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional, membayar kewajiban perusahaan. Menurut Riyono dan Sodikin (2014:87) kas adalah uang tunai dan alat-alat pembayaran lainnya yang dapat disamakan dengan uang tunai. Nilai kas akan meningkat jika terjadi penjualan tunai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

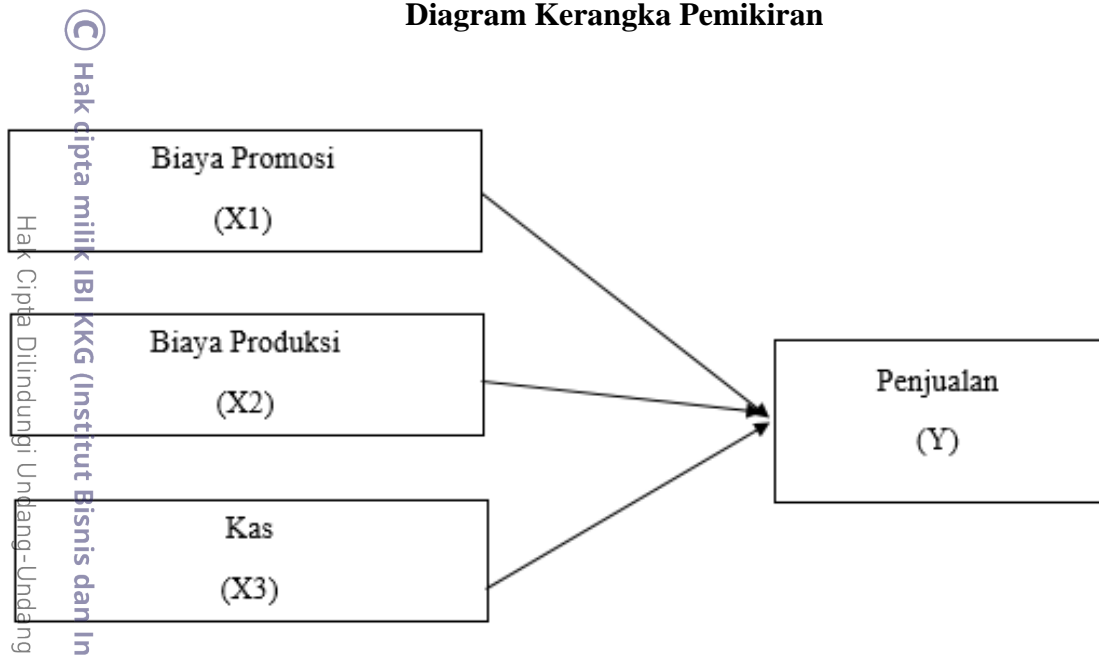
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 2. 1

Diagram Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atau dugaan terhadap rumusan masalah. Karena masih bersifat sementara, maka perlu dilakukan pengumpulan dan pengolahan data empiris untuk membuktikan keasliannya (Sugiyono, 2017). Dari kerangka pemikiran tersebut, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H1: Biaya promosi berpengaruh positif terhadap penjualan.

H2: Biaya produksi berpengaruh positif terhadap penjualan.

H3: Kas berpengaruh positif terhadap penjualan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak dipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini populasi penelitian diambil dari *website* www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang terdaftar di *fact book* 2019.
2. Perusahaan yang bergerak pada sektor farmasi.
3. Laporan keuangan dari periode tahun 2015 hingga 2020.
4. Laporan keuangan yang ada di idx.co.id dan idnfinancials.com
5. Laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah.

Dari kriteria di atas maka perusahaan yang menjadi obyek pada penelitian ini yaitu PT Darya Varia Labotaria, Tbk, PT Indofarma (Persero), PT Kimia Farma, Tbk, PT Kalbe Farma, Tbk, PT. Merck, Tbk, Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, Tbk, PT Tempo Scan Pacific, Tbk.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan berdasarkan Donald R. Cooper dan Pamela Schindler (2017:148-151), yang meliputi:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Berdasarkan Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian dimulai dengan mengajukan hipotesis dan bertujuan untuk menguji hipotesis, sehingga merupakan penelitian formal.

2. Berdasarkan Metode Pengumpulan Data

Peneliti ini mengumpulkan dan mencatat data perusahaan dari hasil keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2015 hingga 2020 dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi.

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Penelitian ini menggunakan desain *ex post factor* dalam arti jika peneliti tidak dapat mengontrol variabel atau jika peneliti tidak dapat memanipulasi variabel, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang terjadi.

4. Berdasarkan Tujuan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kasual karena terstruktur untuk mempelajari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

5. Berdasarkan Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan kombinasi dari penelitian *cross sectional* dan *time series* dimana penelitian ini menggunakan data dari beberapa perusahaan selama periode tertentu yaitu, antara tahun 2015 dan 2020.

6. Berdasarkan Ruang Lingkup Topik Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah studi statistik yang dirancang untuk memperluas daripada memperdalam. Artinya, penelitian ini berusaha mendapatkan karakteristik populasi dengan menarik kesimpulan dari karakteristik sampel.



7. Berdasarkan Lingkup Topik Penelitian

Penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kondisi lingkungan (lapangan) yang sebenarnya karena data yang digunakan adalah data yang ada di lingkungan perusahaan.

8. Persepsi Partisipan

Penelitian ini merupakan penelitian rutin dimana data yang digunakan sesuai dengan kenyataan dan tidak menimbulkan penyimpangan.

C Variabel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:77), variabel dapat membedakan atau mengubah. Ada dua jenis variabel dalam penelitian ini yaitu *dependen variabel* atau variabel terikat yang dalam penelitian ini adalah penjualan (Y) dan *independen variabel* atau variabel bebas yang dalam penelitian ini adalah biaya promosi (X1), biaya produksi (X2), dan kas (X3).

1. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah penjualan (Y).

Penjualan adalah kegiatan perusahaan di mana perusahaan menjual produk dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut Basu Swastha (2013 : 48) penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain

i. Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan berbagai dana guna melakukan kegiatan promosi sesuai dengan maksud perusahaan dalam rangka pembelian produk oleh konsumen.

Menurut Syharuddin (2015) biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memperkenalkan produk yang mencakup biaya tenaga kerja yang mempromosikan secara langsung biaya publikasi, biaya transportasi dan biaya iklan dalam tujuan perusahaan meningkatkan nilai penjualan.

ii. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk, dan perusahaan menghabiskan banyak cara untuk memproses bahan baku sampai siap untuk dijual.

Menurut Rambe dan Uzaimi (2016:4), biaya produksi adalah biaya yang timbul akibat dari proses produksi yang berlangsung.

iii. Kas

Kas adalah uang tunai yang dibutuhkan perusahaan untuk mendanai transaksi bisnis sehari-hari. Menurut Priyati (2016: 89) kas merupakan alat pertukaran yang telah dimiliki oleh sebuah perusahaan dan para penggunanya itu tidak pernah dibatasi sedikitpun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dan sampel survei meliputi objek dari perusahaan farmasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Menurut Cooper dan Schindler (2017:97), populasi terdiri dari orang, peristiwa, atau catatan yang berisi informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini populasi terdiri dari tujuh perusahaan sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari periode tahun 2015 hingga 2020.

Menurut Cooper dan Schindler (2017:97), sampel adalah menguji bagian dari populasi target, yang harus dipilih secara hati-hati untuk menggambarkan populasi tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, bertujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan ukuran sampel yang akan diteliti sebanyak 42 data. Berdasarkan metode *purposive sampling* kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Tujuh perusahaan sektor farmasi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Laporan keuangan mencakup enam tahun berturut-turut (2015 hingga 2020).
3. Perusahaan yang menyajikan data lengkap.
4. Penyajian laporan keuangan dalam mata uang Rupiah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi. Metode pengumpulan data dengan cara observasi dalam penelitian ini adalah mengamati pencatatan yang dibuat oleh instansi, dengan melakukan pengamatan yang terdiri dari:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Data mengenai biaya promosi, biaya produksi, kas, dan penjualan yang dimuat dalam laporan keuangan.
2. Data pelaporan keuangan tahun 2015 hingga 2020 untuk tujuh perusahaan di sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji pooling data, analisis linear regresi berganda dan uji-t. Penelitian ini diuji menggunakan program *software* SPSS ver.20 sebagai alat pengolah.

a. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19), analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang dilihat rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, dan minimum.

b. Uji Pooling Data

Menurut Ghozali (2016) uji dilakukan untuk mengetahui apakah pooling data penelitian dapat dilakukan. Uji Pooling Data dilakukan untuk mengetahui apakah pengujian data penelitian *cross sectional* dan *time series* dapat dilakukan. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Bila $p\text{-value} < 0,05$ maka terdapat perbedaan koefisien dan tidak dapat dilakukan pooling, maka pengujian data harus dilakukan pertahun.
2. Bila $p\text{-value} > 0,05$ maka tidak terdapat perbedaan koefisien dan dapat dilakukan pooling, maka pengujian data dapat dilakukan selama periode penelitian dalam 1 kali uji.



Berikut adalah mode regresi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 DT_1 + \beta_5 DT_2 + \beta_6 DT_3 + \beta_7 X_1 \cdot DT_1 + \beta_8 X_2 \cdot DT_1 + \beta_9 X_3 \cdot DT_1 + \beta_{10} X_1 \cdot DT_2 + \beta_{11} X_2 \cdot DT_2 + \beta_{12} X_3 \cdot DT_2 + \beta_{13} X_1 \cdot DT_3 + \beta_{14} X_2 \cdot DT_3 + \beta_{15} X_3 \cdot DT_3 + \beta_{16} X_1 \cdot DT_4 + \beta_{17} X_2 \cdot DT_4 + \beta_{18} X_3 \cdot DT_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Penjualan

X₁ = Biaya Promosi

X₂ = Biaya Produksi

X₃ = Kas

β₀ = Konstanta

β₁ – β₁₈ = Koefisien Regresi

DT₁ = Variabel *dummy* tahun (1 = data perusahaan tahun 2016, 0 = untuk data perusahaan tahun 2015, 2017, 2018, 2019, 2020)

DT₂ = Variabel *dummy* tahun (1 = data perusahaan tahun 2017, 0 = untuk data perusahaan tahun 2015, 2016, 2018, 2019, 2020)

DT₃ = Variabel *dummy* tahun (1 = data perusahaan tahun 2018, 0 = untuk data perusahaan tahun 2015, 2016, 2017, 2019, 2020)

DT₄ = Variabel *dummy* tahun (1 = data perusahaan tahun 2019, 0 = untuk data perusahaan tahun 2015, 2016, 2017, 2018, 2020)

DT₅ = Variabel *dummy* tahun (1 = data perusahaan tahun 2020, 0 = untuk data perusahaan tahun 2015, 2016, 2017, 2018, 2019)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- $X_1.DT_1$ = Variabel hasil perkalian antara biaya promosi dengan variabel *dummy* tahun 1
- $X_2.DT_1$ = Variabel hasil perkalian antara biaya produksi dengan variabel *dummy* tahun 1
- $X_3.DT_1$ = Variabel hasil perkalian antara kas dengan variabel *dummy* tahun 1
- $X_1.DT_2$ = Variabel hasil perkalian antara biaya promosi dengan variabel *dummy* tahun 2
- $X_2.DT_2$ = Variabel hasil perkalian antara biaya produksi dengan variabel *dummy* tahun 2
- $X_3.DT_2$ = Variabel hasil perkalian antara kas dengan variabel *dummy* tahun 2
- $X_1.DT_3$ = Variabel hasil perkalian antara biaya promosi dengan variabel *dummy* tahun 3
- $X_2.DT_3$ = Variabel hasil perkalian antara biaya produksi dengan variabel *dummy* tahun 3
- $X_3.DT_3$ = Variabel hasil perkalian antara kas dengan variabel *dummy* tahun 3
- $X_1.DT_4$ = Variabel hasil perkalian antara biaya promosi dengan variabel *dummy* tahun 4
- $X_2.DT_4$ = Variabel hasil perkalian antara biaya produksi dengan variabel *dummy* tahun 4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$X_3.DT_4$	= Variabel hasil perkalian antara kas dengan variabel <i>dummy</i> tahun 4
$X_1.DT_5$	= Variabel hasil perkalian antara biaya promosi dengan variabel <i>dummy</i> tahun 5
$X_2.DT_5$	= Variabel hasil perkalian antara biaya produksi dengan variabel <i>dummy</i> tahun 5
$X_3.DT_5$	= Variabel hasil perkalian antara kas dengan variabel <i>dummy</i> tahun 5
ε	= eror

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Analisis Regresi Linear Berganda

1. Menentukan Model Persamaan Regresi

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berikut adalah mode regresi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Penjualan
x_1	= Biaya Promosi
x_2	= Biaya Produksi
x_3	= Kas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



β_0	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien Regresi (Parameter)
ε	= eror

ii. Uji Asumsi Klasik

c) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160), tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah error atau variabel residual dari suatu model regresi berdistribusi normal. residual mengikuti distribusi normal yang diasumsikan pada uji t dan uji F. Uji tidak valid jika asumsi tidak terpenuhi. Langkah-langkah yang digunakan untuk uji normalitas adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) adalah uji beda data antara yang diuji normalitasnya dengan data normal baku dimana jika Sig. dibawah 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan dan jika Sig. di atas 0,05 maka perbedaan tersebut tidak signifikan, dapat dinyatakan dalam persamaan model berikut:

Hipotesis :

H_0 : data residual berdistribusi normal.

H_a : data residual tidak berdistribusi normal.

Menentukan tingkat kesalahan (α) = 0,05 (5%)

Kriteria pengambilan keputusan, yaitu H_0 diterima jika *p-value* dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari tingkat kesalahan (0,05).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b) Uji Otokorelasi

Uji Otokorelasi adalah asumsi residual yang menyertakan komponen berkorelasi atau berbasis waktu dalam kumpulan data itu sendiri. Menurut Ghozali (2018:111), uji otokorelasi menentukan ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu dalam suatu model regresi pada periode sebelumnya ($t-1$) dengan kesalahan pengganggu pada periode ini (t). Munculnya otokorelasi disebabkan oleh pengamatan berturut-turut dari waktu ke waktu yang berkaitan satu sama lain. Metode pengujian yang digunakan menggunakan metode *Durbin Watson*.

$$H_0 = \text{Tidak ada autokorelasi } (\rho=0)$$

$$H_1 = \text{Ada autokorelasi } (\rho \neq 0)$$

c) Uji Heteroskedastitas

Heteroskedastitas terjadi ketika varian dari residual berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda. Menurut Ghozali (2018:137), tujuan dari uji heteroskedastitas adalah untuk menguji kesamaan atau perbedaan *varian* dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya di dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model dengan data penelitian yang baik, yaitu data yang bersifat heteroskedastitas atau tidak terjadi heteroskedastitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastitas dapat dilakukan Ghozali (2013:139) dengan metode Glejser:

- Jika sig lebih kecil dari 0,05 maka pada model regresi terjadi heteroskedastisitas.
- Jika sig lebih besar atau sama dengan dari 0,05 maka pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.



d) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah fenomena statistik di mana variabel bebas atau lebih dalam model regresi berganda sangat berhubungan atau berkaitan. Uji Multikolinearitas terbukti tidak hanya dari kolerasi antar variabel independent, tetapi juga dari Toleran dan VIF (*Varian Inflation Factor*). Menurut Ghozali (2013:105), Menurut Ghozali (2013:105), jika suatu model regresi memiliki VIF 10 dan tidak kurang dari 0,10, maka model regresi dikatakan bebas multikolinear. Menurut Ghozali (2018:108), kriteria yang digunakan dalam menentukan multikolinearitas adalah:

- Jika toleransi $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika toleransi $< 0,1$ dan $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas.

iii. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F merupakan pengujian yang secara simultan menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Menurut Ghozali (2018:98), uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen dan apakah Y berhubungan dengan X1, X2 dan X3. Keputusan tersebut dapat dikonfirmasi dari tabel anova dengan melihat Sig sebagai berikut.:

- i) Jika Sig. < 0.05 , maka model regresi signifikan. Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel terikat pada saat yang bersamaan.
- ii) Jika Sig. > 0.05 , maka model regresi tidak signifikan. Artinya semua variabel yang diambil secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.



iv. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98-99), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen dapat dikaitkan dengan variabel dependen. Langkah pertama adalah untuk melakukan uji t dengan membuat hipotesis untuk setiap variabel independen :

H_a = Variabel biaya promosi, biaya produksi, dan kas berpengaruh terhadap variabel penjualan secara individual.

Langkah selanjutnya adalah pengambilan keputusan pada uji t yang dapat

dilihat dari sig di tabel coefficient (Ghozali 2018 : 99)

1. Jika $\text{sig} > (0,05)$, maka H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara individual.
2. Jika $\text{sig} < (0,05)$, maka H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara individual.

Hipotesis dalam pengujian ini adalah

Hipotesis 1: $H_0: \beta_1 = 0$

$H_a: \beta_1 > 0$

Hipotesis 2: $H_0: \beta_2 = 0$

$H_a: \beta_2 > 0$

Hipotesis 3: $H_0: \beta_3 = 0$

$H_a: \beta_3 > 0$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil analisis dan pembahasan objek penelitian terdiri dari tujuh perusahaan manufaktur diantaranya-Nya PT Darya-Varia Labotaria Tbk (DVLA), PT Indofarma (Persero) Tbk. (INAF), PT Kimia Farma Tbk. (KAEF), PT Kalbe Farma Tbk. (KLBF), PT Merck Tbk. (MERK), PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. (SIDO), PT Tempo Scan Pacific Tbk. (TSPC) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015 sampai dengan 2020.

Bagian ini memberikan informasi dan gambaran umum tentang objek penelitian, analisis deskriptif, dan hasil observasi penelitian yang telah dianalisis melalui proses pengolahan data untuk menarik kesimpulan. Pada gambaran umum objek penelitian menggambarkan objek penelitian yang akan penulis teliti dalam penelitian. Hasil pengolahan data dapat dilihat apakah hasil pengujian tersebut sesuai dengan hipotesis penulis pada bab sebelumnya dan pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen. Bab ini diakhiri dengan ringkasan hasil pengujian yang telah dilakukan.

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Obyek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini melibatkan sepuluh perusahaan manufaktur di sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015 hingga 2020. Sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh tujuh perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini. Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2020 sebanyak 42 data. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari laporan keuangan yang diunduh dari website www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com.



B. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menentukan *mean* atau rata-rata pada data penelitian, minimum yaitu terkecil suatu data, maksimum yaitu terbesar dari suatu data yaitu jumlah variasi dari data yang digunakan terhadap rata-rata untuk setiap variabel dalam penelitian.

Tabel 4.1
Minimum, Maksimum dan Rata-rata

Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-Rata
Biaya Promosi	Rp 16,951,002,000	Rp 1,789,991,718,657	Rp 687,324,104,039
Biaya Produksi	Rp 209,148,335,159	Rp 6,612,473,781,690	Rp 1,727,891,170,922
Kas	Rp 56,233,906,214	Rp 5,207,929,420,504	Rp 1,149,262,689,411
Penjualan	Rp 611,958,076,000	Rp 23,113,654,991,224	Rp 6,377,113,732,302

Sumber: Lampiran 2.1

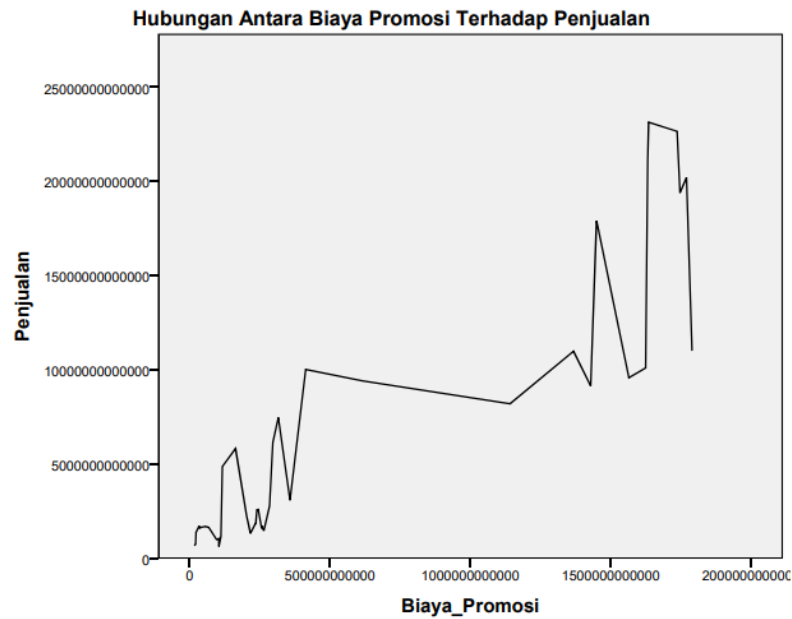
Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa:

- i. Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa minimum biaya promosi sebesar Rp. 16.951.002.000,-, maksimum sebesar Rp. 1.789.991.718.657,-, dan rata-rata sebesar Rp. 687.324.104.039,-.
- ii. Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa minimum biaya produksi sebesar Rp. 209.148.335.159,-, maksimum sebesar Rp. 6.612.473.781.690,-, dan rata-rata sebesar Rp. 1.727.891.170.922,-
- iii. Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa minimum kas sebesar Rp. 56.233.906.214,-, maksimum Rp. 5.207.929.420.504,-, dan rata-rata sebesar Rp. 1.149.262.689.411,-.
- iv. Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa minimum penjualan sebesar Rp. 611.958.076.000,-, maksimum Rp. 23.113.654.991.224,-, dan rata-rata sebesar Rp. 6.377.113.732.302,-.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 4.1



Sumber: Lampiran 1 Tabel 1.1

Berdasarkan data perusahaan yang telah dirangkum dalam lampiran 1 tabel 1.1 biaya promosi tertinggi sebesar Rp 1.789.991.817.657,- pada PT Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) tahun 2019 tetapi penjualan PT Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) sebesar Rp 10.993.842.057.747,- tidak paling tinggi pada tahun 2019 sedangkan biaya promosi terendah sebesar Rp 16.951.002.000,- pada PT MERCK Tbk (MERK) pada tahun 2020 tetapi penjualan PT MERCK Tbk (MERK) sebesar Rp 665.847.125.000,- tidak paling tinggi pada tahun 2020, dan rata-rata biaya promosi dari ketujuh perusahaan dengan periode 2015 sampai dengan 2020 sebesar Rp 587.324.104.039,-.

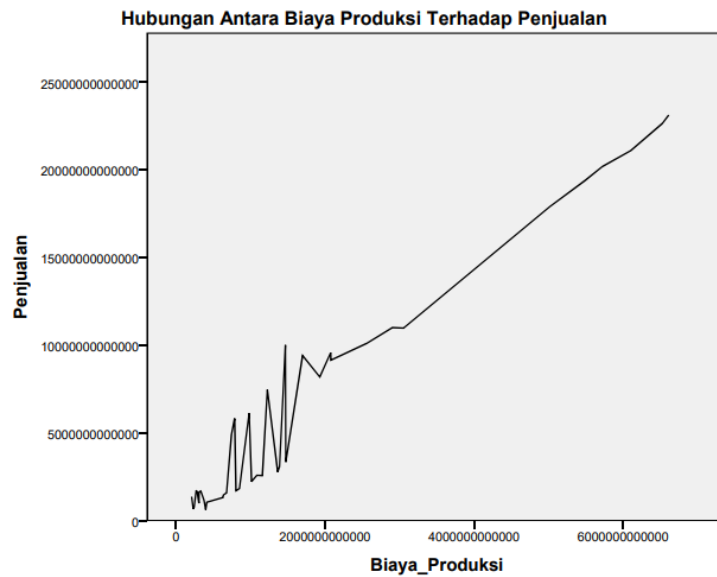
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 4.2



Sumber: Lampiran 1 Tabel 1.2

Berdasarkan data perusahaan yang telah dirangkum pada lampiran 1 tabel 1.2 menunjukkan biaya produksi tertinggi sebesar Rp 6.612.473.781.690,- pada PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) tahun 2020 tetapi penjualan pada PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) sebesar Rp 23.112.654.991.224,- paling tinggi pada tahun 2020 sedangkan biaya produksi terendah sebesar Rp 209.148.335.159,- pada PT Indofarma (Persero) Tbk (INAF) tahun 2019 tetapi penjualan pada PT Indofarma (Persero) Tbk (INAF) sebesar Rp 359.175.249.655,- pada tahun 2019 tidak paling tinggi, dan rata-rata biaya produksi dari ketujuh perusahaan periode 2015 sampai dengan 2020 sebesar Rp 1.727.891.170.922,-.

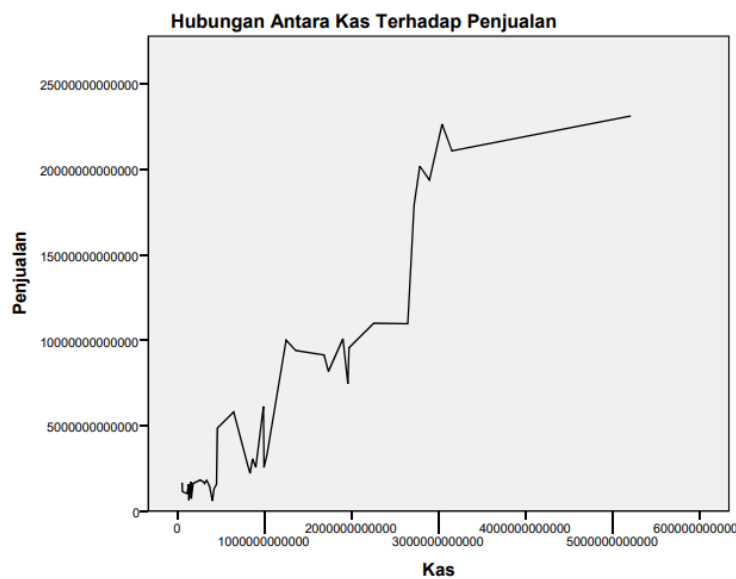
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 4.3



Sumber: Lampiran 1 Tabel 1.3

Berdasarkan data perusahaan yang telah dirangkum pada lampiran 1 tabel 1.3 menunjukkan kas tertinggi sebesar Rp 5.207.929.420.504,- pada PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) tahun 2020 tetapi penjualan pada PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) sebesar Rp 23.112.654.991.224,- paling tinggi pada tahun 2020 sedangkan kas terendah sebesar Rp 56.233.906.214,- pada PT. Indofarma (Persero) Tbk (INAD) tahun 2016 tetapi penjualan PT. Indofarma (Persero) Tbk (INAD) sebesar Rp 1.674.702.722.328,- tidak paling tinggi pada tahun 2016, dan rata-rata kas dari ketujuh perusahaan periode 2015 sampai dengan 2020 sebesar Rp 1.149.262.689.411,-.

C. Hasil Penelitian

1) Uji Pooling Data

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah penggabungan *cross-sectional* dan *time series* dapat dilakukan atau tidak. Berikut hasil dari pengujian pooling data yang dilakukan dengan IBM SPSS ver.20 :

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tabel 4. 2
Uji Pooling Data

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,727,000,000,000	688,600,000,000		-2.508	0.022
Biaya Promosi	2.411	0.763	0.231	3.160	0.005
Biaya Produksi	1.561	0.338	0.433	4.614	0.000
Kas	2.034	0.542	0.347	3.756	0.001
DT1	737,500,000,000	808,200,000,000	0.041	0.913	0.374
DT2	2,679,000,000,000	809,200,000,000	0.149	3.311	0.004
DT3	2,623,000,000,000	726,700,000,000	0.146	3.609	0.002
DT4	2,834,000,000,000	867,400,000,000	0.157	3.267	0.004
DT5	1,319,000,000,000	821,600,000,000	0.073	1.605	0.126
X1DT1	0.823	2.372	0.034	0.347	0.733
X2DT1	-0.795	0.708	-0.098	-1.123	0.276
X3DT1	1.100	2.207	0.082	0.498	0.624
X1DT2	0.442	1.212	0.022	0.364	0.720
X2DT2	-1.661	0.609	-0.224	-2.727	0.014
X3DT2	2.793	1.398	0.220	1.998	0.061
X1DT3	-0.994	1.358	-0.053	-0.732	0.474
X2DT3	0.723	0.446	0.101	1.619	0.123
X3DT3	0.311	1.289	0.025	0.241	0.812
X1DT4	-0.504	0.918	-0.026	-0.550	0.589
X2DT4	1.031	0.484	0.158	2.130	0.047
X3DT4	-2.108	1.000	-0.197	-2.108	0.049
X1DT5	1.586	1.678	0.091	0.945	0.357
X2DT5	0.496	0.484	0.082	1.026	0.319
X3DT5	-2.443	1.784	-0.221	-1.369	0.188

Sumber: Lampiran 2.8

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2) Analisis Linear Berganda

i. Model Persamaan Regresi

$$Y = 62795064047 + 0,915x_1 + 2,516x_2 + 1,244x_3 + \varepsilon$$

Sumber: Lampiran 2.7

Dari persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa konstanta memiliki positif yang menunjukkan pengaruh antara biaya promosi, penjualan dan kas terhadap penjualan. biaya promosi, biaya produksi dan kas menunjukkan pengaruh positif antara variabel biaya promosi, biaya produksi dan kas terhadap penjualan. Jika variabel biaya promosi, biaya produksi dan kas mengalami kenaikan, maka variabel penjualan mengalami penurunan dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

ii. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.3 diketahui bahwa Sig. sebesar 0,313 dimana Sig. di atas 0,05 yang menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal terpenuhi.

Berdasarkan hasil uji Otokorelasi pada tabel 4.3 diketahui bahwa *Durbin Watson* sebesar 0,506 dimana jika dilihat pada tabel *Durbin Watson* ($\alpha=5\%$) pada lampiran 3.1, maka dL sebesar 1,3573 dan dU sebesar 1,6617 yang menunjukkan bahwa terjadinya otokorelasi karena $0,056 < 1,3673$ dan $0,056 > 1,6617$.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastitas pada tabel 4.3 diketahui bahwa sig. pada biaya promosi sebesar 0,009 dan kas dengan sig 0,319 maka terjadi heteroskedastitas dikarenakan sig dibawah 0,05 sedangkan sig. biaya produksi sebesar 0,319 maka tidak terjadi heteroskedastitas dikarenakan sig di atas 0,05.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bedasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.4 diketahui bahwa *tolerance* pada biaya promosi sebesar 0,188 dan VIF pada biaya promosi sebesar 5,306, *tolerance* pada biaya produksi sebesar 0,114 dan VIF pada biaya produksi sebesar 8,745, *tolerance* pada kas sebesar 0,112 dan VIF pada kas sebesar 8,892 yang menunjukkan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4. 3
Uji Asumsi Klasik

Asumsi	Variabel	Sig.	Du sampai 4- Du	Statistik Kolinearitas		Keterangan
			Durbin Watson	<i>Toleranc e</i>	VIF	
Normalitas		0,313				Residual berdistribusi normal
Otokorelasi			0,506			Terjadi Otokorelasi
Heteroskedastitas	Biaya Promosi	0,009				Terjadi Heteroskedastitas
	Biaya Produksi	0,319				Tidak Terjadi Heteroskedastitas
	Kas	0,007				Terjadi Heteroskedastitas
Multikolinearitas				0,188	5,306	Tidak Terjadi Multikolinearitas
				0,114	8,745	
				0,112	8,892	

Sumber: Lampiran 2.2, 2.3, 2.5, 2.6

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



iii. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Tabel 4.5

Uji F

Sig.	0,015
F	3,976

Sumber: Lampiran 2.4

Bedasarkan hasil uji F pada tabel 4.5 diketahui bahwa Sig. sebesar 0,015 menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang artinya biaya promosi (X1), biaya produksi (X2) dan kas (X3) berpengaruh secara simultan terhadap penjualan, F sebesar 3,976 yang menunjukkan bahwa biaya promosi (X1), biaya produksi (X2) dan kas (X3) berpengaruh secara simultan terhadap penjualan. Sehingga model regresi penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel biaya promosi, biaya produksi, dan kas atau variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel penjualan atau variabel dependen.

iv. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Tabel 4.6

Uji t

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Koefisien Regresi Standardized	Sig (2-tailed)	Sig (1-tailed)
Biaya Promosi	0,915	0,088	0,268	0,134
Biaya Produksi	2,516	0,698	0,000	0,000
Kas	1,244	0,212	0,043	0,0215

Sumber: Lampiran 2.7

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa:

- i. Nilai sig. variabel biaya promosi 0,134 sehingga hipotesis 0 tidak ditolak, maka tidak terbukti biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan.



- ii. Nilai sig. variabel biaya produksi 0,000 sehingga hipotesis 0 ditolak, maka terbukti berpengaruh positif terhadap penjualan dan berdasarkan koefisien regresi nya biaya produksi berpengaruh positif terhadap penjualan.
- iii. Nilai sig. variabel kas 0,0215 sehingga hipotesis 0 ditolak terbukti berpengaruh positif terhadap penjualan dan berdasarkan koefisien regresinya kas berpengaruh positif terhadap penjualan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

D Pembahasan

Berdasarkan keseluruhan uji yang telah dilakukan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, biaya produksi dan kas terhadap penjualan, maka pembahasan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan

Biaya promosi yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan agar suatu produk dapat dikenal dan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk dan meningkatkan penjualan. Menurut Syaharuddin (2015:7-8) biaya promosi adalah pengeluaran dalam satuan uang dan potensial dalam rangka kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada pembeli dengan sasaran dan harapan agar mereka tergerak hatinya dan secara sukarela membeli produk. Banyaknya kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan belum tentu mempengaruhi peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil pengujian tidak terbukti biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Mariatun (2017) yang berpendapat bahwa biaya promosi tidak mempengaruhi penjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penjualan

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk memproduksi suatu produk. Jika perusahaan dapat menghasilkan produk dengan kualitas dan kuantitas yang baik, dapat dikatakan bahwa biaya produksinya efisien. Mulyadi (2012:14) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang jadi siap untuk dijual. Dengan kata lain, semakin banyak biaya yang terkait dengan produk yang diproduksi perusahaan, semakin tinggi penjualan perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terbukti biaya produksi berpengaruh terhadap penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Adriyanah (2017) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan dan hubungannya bersifat positif atau searah dengan perubahan terhadap penjualan.

3. Pengaruh Kas terhadap Penjualan

Kas adalah uang yang dimiliki oleh suatu usaha yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk keperluan sehari-hari guna menjalankan usaha atau untuk melakukan transaksi-transaksi lainnya atau kas yang dimiliki perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional, membayar kewajiban perusahaan. Menurut Riyono dan Sodikin (2014:87), Pengertian kas adalah uang tunai dan alat-alat pembayaran lainnya yang dapat disamakan dengan uang tunai. Nilai kas akan meningkat jika terjadi penjualan tunai Kas mengacu pada semua transaksi perusahaan dimana penjualan menjadi salah satu penentu profitabilitas perusahaan, semakin tinggi penjualan, maka semakin banyak uang yang dihasilkan. Berdasarkan hasil pengujian tidak terbukti kas berpengaruh terhadap penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hendro (2015) yang menyatakan bahwa kas mempunyai pengaruh terhadap penjualan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Kesimpulan

Sesuai dengan hasil data yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat cukup bukti bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap penjualan.
2. Terdapat cukup bukti bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap penjualan.
3. Tidak terdapat cukup bukti bahwa kas berpengaruh positif terhadap penjualan.

B. Saran

Saran merupakan hal yang penting untuk meningkatkan mutu bagi pihak yang terkait pada penelitian ini, maka berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Memperluas pencarian sumber informasi sebagai bahan penelitian.
2. Memperluas jangkauan dengan menambahkan perusahaan dari sektor lain bagi peneliti selanjutnya.
3. Lebih banyak peneliti dapat menambahkan informasi tentang variabel yang diteliti untuk hasil yang lebih luas. Dikarenakan adanya keterbatasan pada penelitian ini, peneliti dapat menambahkan variabel lain seperti biaya distribusi, biaya operasional contohnya gaji, komisi, sewa, transportasi, dan lain-lain. Variabel tersebut juga dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ditambahkan untuk model penelitian yang belum sempat penulis uji dalam penelitian ini

② karena keterbatasan waktu.

② **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





DAFTAR PUSTAKA

- Apit Yuliman Ermaya, H. P. (2016). Pengaruh Penjualan Bersih dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih (Studi kasus pada PT. Aneka Tambang (Persero), Tbk.). *Ilmiah Akuntansi Volume 7, Nomor 2 Mei-Agustus 2016*, 7, 20-26.
- Christine Riani Elisabeth, N. P. (2020). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Mio Series pada Yamaha Deta Berlian M . Toha Periode Tahun 2016-2018. *Akuntansi Volume 13 No. 2 November 2020*, 13, 27-37.
- dataolah.blogspot.com. (2015, Agustus 13). *Langkah Mencari Persamaan Regresi Linear Berganda Dengan Menggunakan Software IBM SPSS 21*. Retrieved from <https://dataolah.blogspot.com/2015/06/langkah-mencari-persamaan-regresi.html>.
- Gede Putu Agus Jana Susila, N. N. (2016). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan. *Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Volume 4 Tahun 2016*, 4, 1-9.
- Gunawan Adisaputro, Y. A. (2017). *Anggaran Bisnis : Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian Laba*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hartanti. (2016). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan pada PT. SHINDENGEN INDONESIA. *Moneter, Vol. III No. 1 April 2016*, 3, 83-99.
- Hendra, R. (2009). *Manajemen Keuangan dan Akuntansi*,. Jakarta: Salemba Empat.
- Inggit Dessy Susanti, R. D. (2018). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Teja Sekawan Jakarta Utara. *JMM Online Vol 2, No.4 2018*, 273-285.
- Ivone, T. W. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Murid di Sempoa SIP Sumut dan Aceh. *Ilmiah Simantek Vol. 3 No. 2 Mei 2019*, 3, 1-7.
- Juanna, A. (2016). *Manajemen Promosi*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Junaidi. (n.d.). *Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5%$* . Retrieved from <https://lkeb.umm.ac.id/files/file/tabel-dw.pdf>.
- Kasmi. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khairul Saleh, M. I. (2017). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Produk Indosat di Bandar Lampung. *Manajemen Mandiri Saburai Vol.01 No.02, 2017*, 1, 1-7.
- Munawir. (2007). *Analisa Laporan Keuangan* (Vol. Edisi Keempat). Yogyakarta: Liberty.
- Nur Widyawati, M. P. (2020). Analisis Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran. *Spirit Pro Patria Volume 6, Nomor 1 - Maret 2020*, 6, 25-35.
- Prima Aprilyani Rambe, A. U. (2016). *Akuntansi Biaya : Biaya Produksi*. Tanjung Pinang: Umrah Press.
- Putra, H. D. (2017). P Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba pada Hidayah Shop Kuta-Bandung. *Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.2 Tahun: 2017*, 9, 463-473.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Putranto, A. (2017). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba pada Hidayah Shop Kuta-Bandung. *Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.2 Tahun: 2017*, 9, 463-473.
- Putranto, A. (2017). Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Wonoboso Kabupaten Wonoboso). *PPKM III (2017)*, 280-286.
- Raharjo, S. (2019, Maret 27). *Cara Melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. Retrieved from <http://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html>.
- Raharjo, S. (2019, Maret 08). *Cara Melakukan Uji t Parsial dalam Analisis Regresi dengan SPSS*. Retrieved from <http://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>.
- Rahma Suci Indriani, S. (2017). Program *Product Knowledge* Sebagai Strategi Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Penjualan (Studi Kasus Produk S-tee PT. Sinar Sosro Kantor Penjualan Wilayah Jawa Timur). *Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 47 No. 2 Juni 2017*, 47, 187-192.
- Raisya Astari Rasyid, L. S. (2018). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Suatu Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2016). *Akrab Juara Volume 3 Nomor 3 Edisi Agustus 2018*, 3, 1-11.
- Riani, C., & isabeth. (2020, November 2). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Mio Series Pada Dealer Yamaha Deta Berlian M. Toha Periode Tahun 2016-2018. 27-37.
- Satria, R. (2018). Pengaruh Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, dan Rasio Lancar terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015. *Jurnal Sekuritas*, 2(1), 138-146.
- Silva Anne Rupaida, D. E. (2016). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY TBK. *Ekspansi Vol. 8, No. 2 November 2016*, 8, 261-275.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Sufiana, N., & Purnawati, N. K. (2011). Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas. 451-468.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, M. T. (n.d.). Pengaruh Perputaran Persediaan, Perputaran Piutang, dan Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Periode 2008-2013. 1-19.
- Wahyundaru, S. D. (2019, Mei 6). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Volume Penjualan. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/apriliaprihesti/5ccffac96c329d549a16af02/pengaruh-biaya-produksi-dan-biaya-pemasaran-terhadap-volume-penjualan>:

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



[https://t.me/share/url?url=https%3A%2F%2Fwww.kompasiana.com%2Fapriahesti%2F5ccffac96c329d549a16af02%2Fpengaruh-biaya-produksi-dan-biaya-pemasaran-terhadap-volume-penjualan%3Futm_source%3DTelegram%26utm_medium%3DRefferal%26utm_campaign%3DSharing_Desktop](https://t.me/share/url?url=https%3A%2F%2Fwww.kompasiana.com%2Fapriahest%2Fi%2F5ccffac96c329d549a16af02%2Fpengaruh-biaya-produksi-dan-biaya-pemasaran-terhadap-volume-penjualan%3Futm_source%3DTelegram%26utm_medium%3DRefferal%26utm_campaign%3DSharing_Desktop)

Yanti, E., & Martha, L. (2016). Pengaruh Perputaran Piutang Usaha dan Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 1-14.

Yanus Sumitro, ,. B. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium di Kawasan Kota Surabaya. *Majalah Ekonomi Vol. XXIV No. 1_Juli 2019*, 24, 35-48.

Yudiana, F. E. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan : Memahami Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Secara Mudah dan Sederhana*. Yogyakarta: Ombak (Anggota IKAPI).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 1

Tabel 1.1

Biaya Promosi Periode 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Kode	Biaya Promosi (Dalam Bentuk Rupiah)					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	PT. Darya-Varia Labotaria Tbk	DVLA	216,495,512,000	263,984,401,000	256,154,962,000	256,728,673,000	233,741,159,000	235,423,017,000
2	PT. Indofarma (Persero) Tbk	INAF	67,837,241,574	56,306,697,166	40,987,128,668	35,792,303,152	22,432,084,500	33,733,332,758
3	PT. Kinia Farma (Persero) Tbk	KAEF	116,295,497,071	163,369,835,952	296,053,211,392	316,048,238,429	616,199,180,000	413,150,494,000
4	PT. Kalbe Farma Tbk	KLBF	1,449,593,681,162	1,747,076,083,714	1,770,001,487,841	1,631,719,344,675	1,736,480,957,943	1,635,125,177,157
5	PT. MERCK Tbk	MERK	95,542,790,000	103,724,899,000	111,262,695,000	103,985,439,000	20,966,823,000	16,951,002,000
6	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO	202,768,000,000	239,632,000,000	244,651,000,000	284,626,000,000	357,109,000,000	359,460,000,000
7	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	TSPC	1,140,725,432,635	1,428,561,196,776	1,564,678,969,410	1,624,739,073,340	1,789,991,718,657	1,367,506,629,650

Sumber: www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



LAMPIRAN 1

Tabel 1. 2

Biaya Produksi Periode 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Kode	Biaya Produksi (Dalam Bentuk Rupiah)					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	PT. Darya-Varia Labotaria Tbk	DVLA	629.095.623.000	634.814.642.000	677.031.110.000	803.934.314.000	848.390.435.000	849.857.844.000
2	PT. Indofarma (Persero) Tbk	INAF	307.592.461.150	328.256.748.308	284.055.058.457	338.251.939.983	209.148.335.159	269.318.324.327
3	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF	742.058.218.138	785.778.724.967	980.721.566.999	1.225.567.436.044	1.697.635.068.000	1.467.353.397.000
4	PT. Kalbe Farma Tbk	KLBF	5.015.206.920.375	5.487.320.493.396	5.723.547.509.805	6.099.435.860.146	6.526.333.612.125	6.612.473.781.690
5	PT. MERCK Tbk	MERK	306.477.900.000	411.321.643.000	373.370.820.000	240.809.532.000	396.964.610.000	229.798.757.000
6	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO	1.012.376.000.000	1.157.753.000.000	1.082.650.000.000	1.363.877.000.000	1.387.619.000.000	1.472.755.000.000
7	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	TSPC	1.928.456.421.815	2.077.657.856.474	2.074.996.589.223	2.555.513.124.121	2.902.871.769.755	3.052.873.102.283

Sumber: www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak dipertahankan oleh Institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie



LAMPIRAN 1

Tabel 1. 3

Kas Periode 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Kode	Kas (Dalam Bentuk Rupiah)					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	PT Darya-Varia Labotaria Tbk	DVLA	422.259.085.000	372.378.578.000	450.881.672.000	306.116.733.000	339.047.459.000	265.312.464.000
2	PT Indofarma (Persero) Tbk	INAF	313.472.666.666	56.233.906.214	182.587.624.895	129.324.891.466	151.387.943.827	158.178.406.505
3	PT Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF	460.994.073.484	647.683.951.012	989.637.043.381	1.960.038.027.753	1.360.268.286.000	1.249.994.068.000
4	PT Kalbe Farma Tbk	KLBF	2.718.619.232.764	2.895.582.003.331	2.784.705.831.122	3.153.327.557.478	3.040.487.103.572	5.207.929.420.504
5	PT MERCK Tbk	MERK	140.831.570.000	114.436.004.000	59.465.257.000	403.188.662.000	161.465.802.000	134.725.309.000
6	PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO	836.975.000.000	997.135.000.000	902.852.000.000	805.833.000.000	864.824.000.000	1.031.954.000.000
7	PT Tempo Scan Pacific Tbk	TSPC	1.736.027.664.442	1.686.270.815.296	1.973.276.106.331	1.903.177.852.578	2.254.216.067.576	2.645.930.816.069

Sumber: www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penguipen hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Penguipen tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



LAMPIRAN 1

Tabel 1. 4

Piutang Periode 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Kode	Piutang (Dalam Bentuk Rupiah)					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	PT. Darya-Vana Labotaria Tbk	DVLA	365,905,424,000	440,446,957,000	448,003,830,000	550,099,354,000	535,208,236,000	657,841,124,000
2	PT. Indofarma (Persero) Tbk	INAF	190,237,969,425	207,705,027,953	174,712,215,906	163,737,603,056	211,779,986,714	250,800,351,847
3	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF	510,534,165,277	651,276,166,375	848,656,201,775	736,771,582,922	1,319,734,421,000	1,113,869,099,000
4	PT. Kalbe Farma Tbk	KLBF	2,337,444,304,540	2,606,612,666,119	2,851,855,047,281	3,230,855,504,419	3,531,177,696,227	3,434,046,805,672
5	PT. MERCK Tbk	MERK	161,472,425,000	149,184,469,000	209,446,183,000	157,583,065,000	233,134,670,000	161,827,534,000
6	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO	335,495,000,000	367,145,000,000	427,248,000,000	238,574,000,000	269,824,000,000	296,885,000,000
7	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	TSPC	922,485,151,051	951,172,121,759	1,113,293,220,788	1,171,801,034,437	1,149,590,796,666	1,208,945,002,131

Sumber: www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie (IBIKKG)

Institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie



LAMPIRAN 1

Tabel 1. 5

Penjualan Periode 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Kode	Penjualan (Dalam Bentuk Rupiah)					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	PT Darya-Varia Labotaria Tbk	DVLA	1,306,098,136,000	1,451,356,680,000	1,575,647,308,000	1,699,657,296,000	1,813,020,278,000	1,829,699,557,000
2	PT. Indofarma (Persero) Tbk	INAF	1,621,898,667,657	1,674,702,722,328	1,631,317,499,096	1,592,979,941,258	1,359,175,249,655	1,715,587,654,399
3	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF	4,860,371,483,524	5,811,502,656,431	6,127,479,369,403	7,454,114,741,189	9,400,535,476,000	10,006,173,023,000
4	PT. Kalbe Farma Tbk	KLBF	17,887,464,223,321	19,374,230,957,505	20,182,120,166,616	21,074,306,186,027	22,633,476,361,038	23,112,654,991,224
5	PT. MERCK Tbk	MERK	983,446,471,000	1,034,806,890,000	1,156,648,155,000	611,958,076,000	744,634,530,000	655,847,125,000
6	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO	2,218,536,000,000	2,561,806,000,000	2,573,840,000,000	2,763,292,000,000	3,067,434,000,000	3,335,411,000,000
7	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	TSPC	8,181,481,867,179	9,138,238,993,842	9,565,462,045,199	10,088,118,830,780	10,993,842,057,747	10,968,402,090,246

Sumber: www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak dan Informasi Bisnis dan Keuangan
Institut Bisnis dan Keuangan (IBKKG)

Lampiran 2.1

Uji Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maksimum	Mean
Biaya_Promosi	42	16951002000	2.E+12	5.87E+11
Biaya_Produksi	42	2.E+11	7.E+12	1.73E+12
Kas	42	56233906214	5.E+12	1.15E+12
Penjualan	42	6.E+11	2.E+13	6.38E+12
Valid N (listwise)	42			

Sumber: Data Olahan SPSS ver. 20

Lampiran 2.2

Uji Otokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.978a	.956	.953	1.473E+12	.506

Sumber: Data Olahan SPSS ver. 20

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 2.3

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	42
Normal Parameters ^{a,b} Mean	-.0005348
Std. Deviation	1.41834E+12
Most Extreme Differences	
Absolute	.148
Positive	.148
Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z	.962
Asymp. Sig. (2-tailed)	.313

Sumber: Data Olahan SPSS ver. 20

Lampiran 2.4

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.058E+24	3	2.686E+24	3.976	.015b
Residual	2.567E+25	38	6.756E+23		
Total	3.373E+25	41			

Sumber: Data Olahan SPSS ver. 20

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 2.5

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Biaya_Promosi	.188	5.306
Biaya_Produksi	.114	8.745
Kas	.112	8.892

Sumber: Data Olahan SPSS ver. 20

Lampiran 2.6

Uji Heteroskedastitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.068E+12	1.800E+11		5.934	.000
Biaya_Promosi	-1.249	.455	-.895	-2.747	.009
Biaya_Produksi	-.203	.202	-.422	-1.009	.319
Kas	.952	.331	1.214	2.877	.007

Sumber: Data Olahan SPSS ver. 20

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Lampiran 2.7

Uji t



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hascipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	62795064047	3.227E+11		.195	.847
Biaya Promosi	.915	.815	.088	1.123	.268
Biaya Produksi	2.516	.361	.698	6.965	.000
Kas	1.244	.593	.212	2.097	.043

Sumber: Data Olahan SPSS ver. 20

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 2.8

Uji Pooling Data

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	-1.727E+12	6.886E+11		-2.508	.022
Biaya_Promosi	2.411	.763	.231	3.160	.005
Biaya_Produksi	1.561	.338	.433	4.614	.000
Kas	2.034	.542	.347	3.756	.001
DT1	7.375E+11	8.082E+11	.041	.913	.374
DT2	2.679E+12	8.092E+11	.149	3.311	.004
DT3	2.623E+12	7.267E+11	.146	3.609	.002
DT4	2.834E+12	8.674E+11	.157	3.267	.004
DT5	1.319E+12	8.216E+11	.073	1.605	.126
X1DT1	.823	2.372	.034	.347	.733
X2DT1	-.795	.708	-.098	-1.123	.276
X3DT1	1.100	2.207	.082	.498	.624
X1DT2	.442	1.212	.022	.364	.720
X2DT2	-1.661	.609	-.224	-2.727	.014
X3DT2	2.793	1.398	.220	1.998	.061
X1DT3	-.994	1.358	-.053	-.732	.474
X2DT3	.723	.446	.101	1.619	.123
X3DT3	.311	1.289	.025	.241	.812

Sumber: Data Olahan SPSS ver. 20

Gambar 3.1

Tabel Durbin Watson

C Hak cipta milik IBIKKG

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
0.6102	1.4002								
0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

Sumber: lkeb.umm.ac.id