



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 4957-4964

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Administrasi Umum Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok Yangterdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020—2024

Nurul Khatimah¹, Asep Mulyana², Kusnadi Kibet Lesmana³, Yudhaswara Januarharyono⁴, Ami Priatna⁵
^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi, Universitas Nurtanio Bandung
nurulkahtimah20@gmail.com¹, asepdiumulyana@gmail.com²
kibetlesmana74@unnur.ac.id³, yudjan@gmail.com⁴, amipriatna33@gmail.com⁵

Abstract

This study aims to examine the partial and simultaneous effects of Promotional Expenses and General Administrative Expenses on Net Profit in cigarette sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2020–2024. A quantitative approach with descriptive and associative methods was applied using secondary data from the financial reports of PT Gudang Garam Tbk., PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk., and PT Wismilak Inti Makmur Tbk. Data were analyzed using multiple linear regression, t-test, and F-test with IBM SPSS Statistics version 25. The results show that Promotional Expenses have a partial effect on Net Profit, while General Administrative Expenses do not. However, both variables simultaneously affect Net Profit.

Keywords: Promotional Expenses, General Administrative Expenses, Net Profit

1. Pendahuluan

Ketahanan dan keberhasilan suatu perusahaan di tengah kondisi ekonomi yang dinamis sangat ditentukan oleh kinerja yang solid dan perencanaan strategis yang matang. Aspek operasional, keuangan, dan pemasaran harus dikelola secara optimal agar tujuan utama bisnis, yakni memperoleh laba maksimal, dapat tercapai.

Perekonomian Indonesia pada tahun 2024 menunjukkan kinerja yang cukup kuat di tengah tantangan global. Pertumbuhan ekonomi nasional melampaui rata-rata dunia, didukung oleh reformasi kebijakan, transformasi digital, dan peningkatan investasi strategis. Meskipun stabilitas pasar keuangan terjaga, tekanan seperti inflasi, defisit anggaran, dan risiko global seperti perlambatan negara maju, ketidakpastian geopolitik, serta perubahan iklim tetap menjadi faktor yang perlu diantisipasi. Oleh karena itu, dunia usaha dituntut untuk responsif dan adaptif melalui strategi berbasis data yang akurat agar mampu mempertahankan kinerja dan kesinambungan usaha.

Sektor manufaktur merupakan salah satu pilar utama dalam mendukung laju pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 18,34% pada 2022 menjadi 18,98% pada 2024. Bahkan, sektor ini menyumbang 0,90% dari pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2024 sebesar 5,03% (Divisi Informasi, 2025)

Namun demikian, sub sektor Industri Hasil Tembakau (IHT), khususnya industri rokok, tengah menghadapi tekanan berat. Meskipun memberikan kontribusi besar terhadap penerimaan negara dan lapangan kerja, sektor ini dibebani oleh regulasi fiskal dan non-fiskal yang tidak selaras. Sejumlah regulasi dinilai dipengaruhi kepentingan internasional seperti *Framework Convention on Tobacco Control (FCTC)*, yang belum tentu sesuai dengan kondisi domestik. Hal ini berdampak pada penurunan penerimaan negara dari cukai hasil tembakau (CHT), yang pada tahun 2024 Realisasinya sebesar Rp216,9 triliun, setara dengan 94,1 persen dari target yang telah ditetapkan. Selain itu, produksi rokok legal juga menunjukkan tren penurunan (Dhany 2025).

Pemerintah memberlakukan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 97 Tahun 2024, yang mulai diterapkan pada 1 Januari 2025. Peraturan ini menaikkan harga jual eceran (HJE) rokok meskipun tarif cukai tidak

berubah. Tujuannya adalah untuk menekan konsumsi rokok dan meningkatkan pendapatan negara. Namun, tingkat konsumsi tetap tinggi, mencerminkan ketergantungan masyarakat terhadap produk ini.

Kondisi tersebut turut memengaruhi kinerja keuangan perusahaan rokok. PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. (HMSP), PT Gudang Garam Tbk. (GGRM), dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk. (WIIM) mengalami penurunan laba bersih masing-masing sebesar 17,92%, 81,58%, dan 39,62% pada tahun 2024. Beban cukai yang tinggi menjadi penyebab utama, dengan proporsi terhadap beban pokok penjualan yang sangat besar (Mola dan Oktaviano DB Hana 2025).

Dalam konteks ini, penting untuk menelaah faktor-faktor internal yang memengaruhi laba bersih, seperti biaya promosi dan biaya administrasi umum. Biaya promosi mencakup berbagai aktivitas pemasaran yang bertujuan meningkatkan penjualan dan membangun merek, sedangkan biaya administrasi umum meliputi pengeluaran operasional tidak langsung yang mendukung kelancaran aktivitas bisnis. Efisiensi dalam kedua biaya ini dapat berdampak signifikan terhadap laba bersih perusahaan.

Penelitian terkait topik ini telah dilakukan sebelumnya (Antono, Suhendri, dan Putri 2021) mengindikasikan bahwa biaya promosi secara nyata memengaruhi laba bersih perusahaan PT Nippon Indosari Corpindo Tbk.. Sebaliknya (Susilawati 2022) menunjukkan bahwa pada PT Martina Berto Tbk., Tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara biaya promosi dan laba. Sementara itu, penelitian oleh (Mulyana dan Susilawati 2021) menjelaskan bahwa biaya administrasi umum turut memengaruhi pencapaian laba bersih.

Sejalan dengan konteks yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh biaya promosi dan biaya administrasi umum terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2024. Hasil penelitian ini diharapkan berguna dalam memberikan kontribusi empiris terhadap pengambilan keputusan manajerial dalam mengelola biaya dan mempertahankan profitabilitas di tengah tekanan industri yang terus meningkat.

Menurut (Syafii dan Ali Muhdor 2022:177), biaya promosi termasuk dalam kategori biaya penjualan yang dikeluarkan oleh Wajib Pajak (WP) dengan tujuan guna mengenalkan serta mendorong penggunaan barang yang ditawarkan, baik dengan pendekatan langsung maupun tidak langsung, guna menjaga dan meningkatkan angka penjualan. Berdasarkan hal tersebut, biaya promosi dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

$$\text{Biaya Promosi} = \text{Biaya Pameran} + \text{Biaya Periklanan} + \text{Biaya Pengenalan Produk Baru} + \text{Biaya Sponsorship}$$

Menurut (Rosmaida Tambun 2020:65) biaya administrasi dan umum adalah pengeluaran yang berhubungan dengan kegiatan operasional perkantoran guna menata dan mengarahkan kegiatan perusahaan, seperti gaji admin dan manajer, sewa kantor, listrik, bunga pinjaman, ATK, dan penyusutan. (Sahala Manalu dan Stevi Jimry Poluan 2018:115) juga menyatakan bahwa biaya ini mencakup pengeluaran untuk mendukung operasional kantor secara menyeluruh.

Indikator yang digunakan:

$$\text{Biaya Administrasi Umum} = \text{Jumlah Biaya Umum dan Administrasi} - \text{Depresiasi Bagian Administrasi}$$

Menurut (Duffin et al. 2025:84–85), laba bersih merupakan keuntungan akhir yang didapatkan oleh perusahaan setelah dilakukan pengurangan seluruh beban, termasuk bunga pinjaman dan pajak penghasilan. Laba ini mencerminkan hasil akhir dari aktivitas operasional dan non-operasional perusahaan setelah semua kewajiban fiskal dipenuhi. Sementara itu, (Jumingan 2023:165) menyatakan bahwa laba bersih dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti volume dan harga jual produk, fluktuasi harga pokok penjualan, variasi biaya usaha, pendapatan atau beban non-operasional, beban pajak, serta perubahan kebijakan akuntansi yang diterapkan. Berdasarkan hal tersebut, indikator pengukuran formulasi laba bersih ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Sebelum Pajak} - \text{Pajak Penghasilan.}$$

Penelitian yang dilakukan oleh (Febrianti, Kurnianingsih, dan lubis 2023) mengungkapkan bahwa biaya promosi dan biaya administrasi umum memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Hasil ini diperoleh berdasarkan uji statistik yang membuktikan bahwa nilai t hitung lebih rendah dibandingkan t tabel, yang menandakan bahwa peningkatan dua jenis biaya operasional tersebut dapat menurunkan profitabilitas

perusahaan. Temuan ini memperkuat pentingnya pengelolaan biaya operasional yang efisien untuk menjaga keberlanjutan kinerja keuangan perusahaan.

Selaras dengan hasil tersebut, penelitian oleh (Suselo dan Rohmah 2022) juga menemukan terdapat pengaruh yang nyata antara biaya promosi dan laba bersih. Temuan ini menegaskan bahwa pengeluaran promosi menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat profitabilitas, terutama pada sektor industri hasil tembakau seperti PT Gudang Garam Tbk yang menjadi objek kajian.

Hipotesis:

H₁: Biaya promosi memiliki pengaruh terhadap perolehan laba bersih perusahaan.

H₂: Biaya administrasi umum turut memengaruhi laba bersih yang diperoleh perusahaan.

H₃: Secara bersama-sama (simultan), biaya promosi dan biaya administrasi umum memiliki pengaruh terhadap terhadap laba bersih perusahaan.

2. Metode Penelitian

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini mengaplikasikan metode kuantitatif melalui pendekatan deskriptif dan hubungan asosiatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena serta menguji hubungan antar variabel secara statistik (Sugiyono 2019). Informasi yang dijadikan sumber data berupa laporan keuangan tiga perusahaan manufaktur sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yakni PT Gudang Garam Tbk., PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk., dan PT Wisnilak Inti Makmur Tbk., selama periode 2020–2024. Pemilihan sampel didasarkan pada kriteria kelengkapan laporan keuangan, pencatatan biaya promosi, dan penurunan laba bersih pada 2024. Total observasi sebanyak 15 data. Teknik analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, heteroskedastisitas), uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F).

3. Hasil dan Diskusi

Tabel 1. Hasil Uji Deskriptif
 Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Promosi	15	58475398000	2996844000000	1595368452828,87	1103192275957,358
Biaya Administrasi Umum	15	158139954138	3359674000000	1965921191460,60	1342091631531,138
Laba Bersih	15	172506562986	8581378000000	4034359089498,13	3354697661253,838
Valid (listwise)	N 15				

Sumber: data diolah (SPSS 25)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, biaya promosi memiliki nilai maksimum sebesar Rp2,99 triliun dan minimum Rp58,47 miliar, dengan rata-rata Rp1,59 triliun serta standar deviasi Rp1,10 triliun. Biaya administrasi umum menunjukkan nilai maksimum Rp3,35 triliun dan minimum Rp158,14 miliar, dengan rata-rata Rp1,96 triliun dan standar deviasi Rp1,34 triliun. Sementara itu, laba bersih tercatat maksimum sebesar Rp8,58 triliun dan minimum Rp172,51 miliar, dengan rata-rata Rp4,03 triliun dan standar deviasi Rp3,35 triliun.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N	15	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0003255
	Std. Deviation	1867386827322,23020000
Most Extreme Differences	Absolute	,219
	Positive	,156

	Negative	-,219
Test Statistic		,219
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah (SPSS 25)

Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov, nilai Asymp. Sig. sebesar 0,052 ($> 0,05$), sehingga dari hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-92233257847,12497
Cases < Test Value	7
Cases \geq Test Value	8
Total Cases	15
Number of Runs	8
Z	,000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1,000

- a. Median

Sumber: data diolah (SPSS 25)

Berdasarkan uji *Runs Test*, diperoleh nilai *Asymp. Sig.* sebesar 1,000 ($> 0,05$), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak mengandung autokorelasi.

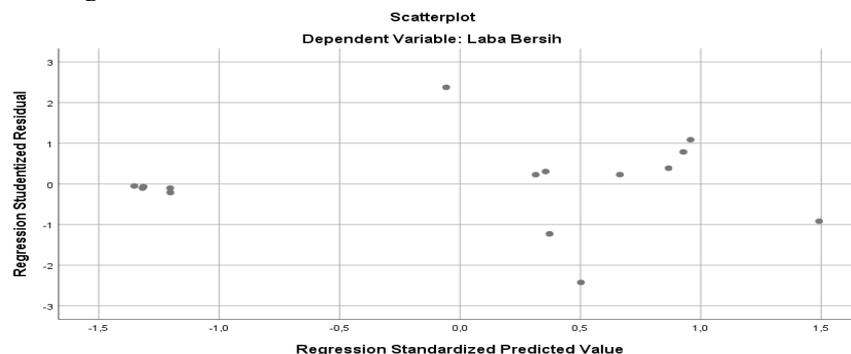
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	d Coefficients Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	23690784 9192,525	95287605 4704,238		,249	,808		
Biaya Promosi	3,726	1,388	1,225	2,685	,020	,124	8,068
Biaya Administrasi Umum	-1,092	1,141	-,437	-,957	,357	,124	8,068

- a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: data diolah (SPSS 25)

Berdasarkan hasil analisis, nilai *tolerance* tercatat sebesar 0,124 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 8,068 (< 10), sehingga model regresi tidak mengalami masalah multikolinieritas.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar, pola sebar titik yang acak dan tidak membentuk pola tertentu di sekitar sumbu Y menunjukkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi
Correlations

		Biaya Promosi	Biaya Administrasi Umum	Laba Bersih
Biaya Promosi	Pearson Correlation	1	,936**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	15	15	15
Biaya Administrasi Umum	Pearson Correlation	,936**	1	,710**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003
	N	15	15	15
Laba Bersih	Pearson Correlation	,816**	,710**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	
	N	15	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah (SPSS 25)

Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan hubungan antar variabel sebagai berikut:

1. Biaya promosi dan laba bersih memiliki hubungan positif sangat kuat dengan koefisien korelasi 0,816. Artinya, kenaikan biaya promosi cenderung diikuti peningkatan laba bersih.
2. Biaya administrasi umum dan laba bersih menunjukkan hubungan positif yang kuat dengan koefisien korelasi 0,710. Peningkatan biaya administrasi umum cenderung berkaitan dengan naiknya laba bersih.
3. Biaya promosi dan biaya administrasi umum memiliki hubungan sangat kuat dengan koefisien korelasi 0,936, yang berarti keduanya cenderung meningkat secara bersamaan.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,831 ^a	,690	,638	2017008301916,320

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi Umum, Biaya Promosi

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: data diolah (SPSS 25)

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R² sebesar 0,690 menunjukkan bahwa biaya promosi dan administrasi umum menjelaskan 69% variabilitas laba bersih, sisanya 31% dipengaruhi faktor lain.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	236907849192,525	952876054704,238		,249	,808		
Biaya Promosi	3,726	1,388	1,225	2,685	,020	,124	8,068
Biaya Administrasi Umum	-1,092	1,141	-,437	-,957	,357	,124	8,068

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: data diolah (SPSS 25)

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, dapat disimpulkan:

1. Konstanta sebesar Rp236.907.849.192,525 menunjukkan laba bersih yang diperkirakan jika biaya promosi dan biaya administrasi umum bernilai nol.
2. Koefisien biaya promosi sebesar 3,726 menggambarkan bahwa tiap kali terjadi kenaikan Rp1 pada biaya promosi diperkirakan meningkatkan laba bersih sebesar Rp3,726.
3. Koefisien biaya administrasi umum sebesar -1,092 berarti setiap kenaikan Rp1 pada biaya ini diperkirakan menurunkan laba bersih sebesar Rp1,092.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Parsial Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	23690784 9192,525	95287605 4704,238		,249	,808		
Biaya Promosi	3,726	1,388	1,225	2,685	,020	,124	8,068
Biaya Administrasi Umum	-1,092	1,141	-,437	-,957	,357	,124	8,068

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: data diolah (SPSS 25)

a. Uji Hipotesis Parsial Biaya Promosi

1. Hipotesis:

Ho: Biaya yang dialokasikan untuk promosi tidak memengaruhi laba bersih perusahaan.

H₁: Biaya promosi memberikan pengaruh terhadap perolehan laba bersih perusahaan.

2. Nilai t-tabel: Menggunakan $\alpha = 0,05$ dan $df = 15 - 2 - 1 = 12$, diperoleh t-tabel = 2,179.

3. Nilai t-hitung: Hasil perhitungan menunjukkan t-hitung sebesar 2,685.

4. Perbandingan: Karena t-hitung > t-tabel (2,685 > 2,179), maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

5. Nilai signifikansi: Signifikansi sebesar 0,020 < 0,05, maka variabel berpengaruh signifikan.

6. Kesimpulan: Biaya promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

b. Uji Hipotesis Parsial Biaya Administrasi Umum

1. Hipotesis:

Ho: Biaya administrasi umum terbukti tidak memengaruhi laba bersih perusahaan.

H₂: Terdapat pengaruh dari biaya administrasi umum terhadap perolehan laba bersih.

2. Nilai t-tabel: Dengan $df = 12$ dan $\alpha = 0,05$, diperoleh t-tabel = 2,179.

3. Nilai t-hitung: Hasil perhitungan t-hitung adalah 0,957.

4. Perbandingan: Karena t-hitung < t-tabel (0,957 < 2,179), maka H₀ diterima dan H₂ ditolak.

5. Nilai signifikansi: Nilai signifikansi 0,357 > 0,05, sehingga variabel tidak berpengaruh signifikan.

6. Kesimpulan: Biaya administrasi umum secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	108736079697915 280000000000,000	2	543680398489576 400000000000,000	13,364	,001 ^b
Residual	488198698799922 900000000000,000	12	406832248999935 750000000000,000		
Total	157555949577907 5700000000000,000	14			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi Umum, Biaya Promosi

Sumber: data diolah (SPSS 25)

1. Hipotesis

H₀: Secara bersama-sama (simultan), biaya promosi dan biaya administrasi umum tidak memberikan pengaruh terhadap laba bersih.

H₃: Secara bersama-sama (simultan), biaya promosi dan administrasi umum memberikan pengaruh terhadap laba bersih.

2. Nilai F-tabel: Dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 12$ pada tingkat signifikansi 0,05, diperoleh F-tabel sebesar 3,89.
3. Nilai F-hitung: Hasil perhitungan menunjukkan nilai F-hitung sebesar 13,364.
4. Perbandingan F-hitung dengan F-tabel: Karena F-hitung > F-tabel ($13,364 > 3,89$), maka H₀ ditolak dan H₃ diterima.
5. Nilai Signifikansi: Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka hasilnya signifikan.
6. Kesimpulan: Biaya promosi dan biaya administrasi umum secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Administrasi Umum terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok yang Terdaftar di BEI Periode 2020—2024", diketahui biaya promosi memberikan pengaruh terhadap laba bersih dalam uji parsial. Temuan ini konsisten dengan pendapat (**Syafii dan Ali Muhdor 2022:177**) yang menyebutkan bahwa biaya promosi tergolong dalam biaya penjualan yang bertujuan mengenalkan maupun mendorong penggunaan produk guna meningkatkan penjualan. Dengan demikian, promosi menjadi strategi penting dalam memperkuat posisi pasar dan mendorong peningkatan laba bersih. Hal ini diperkuat oleh data dari perusahaan sampel seperti PT Wismilak Inti Makmur Tbk., yang menunjukkan peningkatan biaya promosi dari Rp58 miliar menjadi Rp187 miliar diikuti lonjakan laba dari Rp172 miliar menjadi Rp494 miliar. Peningkatan ini disebabkan oleh peluncuran produk baru dan perluasan pasar, termasuk ekspansi internasional. Tren serupa juga terlihat di PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk., di mana biaya promosi naik 10,9% pada 2023, dan laba bersih meningkat 28%, didorong oleh promosi produk tembakau alternatif. PT Gudang Garam Tbk. menunjukkan bahwa meskipun biaya promosi sempat menurun 0,6% pada 2023, laba meningkat tajam sebesar 91,5%, menandakan bahwa efek promosi bisa muncul dalam jangka panjang. Secara keseluruhan, promosi yang terencana dan konsisten terbukti berdampak positif terhadap laba bersih. Sebaliknya, biaya administrasi umum secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini sesuai dengan teori dari (**Rosmaida Tambun 2020**) dan (**Sahala Manalu dan Stevi Jimry Poluan 2018**) yang menjelaskan bahwa biaya ini berkaitan dengan kegiatan internal perusahaan, seperti gaji, listrik, sewa kantor, dan lainnya. Biaya ini bersifat tetap dan tidak langsung berkaitan dengan pendapatan, lebih berfungsi menjaga stabilitas operasional. Data menunjukkan bahwa rata-rata biaya administrasi umum meningkat dari Rp1,88 triliun (2020) menjadi Rp2,15 triliun (2024), namun tidak diiringi oleh peningkatan laba yang sebanding. Misalnya, pada 2024, PT Gudang Garam Tbk. mencatat penurunan laba 81,6% walaupun biaya administrasi naik 4%. Kenaikan ini disebabkan inflasi, logistik, dan peningkatan jumlah tenaga kerja. PT HMSP dan WIIM juga mengalami penurunan laba di tengah kenaikan biaya administrasi, menandakan bahwa biaya ini tidak berkontribusi langsung dalam mendorong pertumbuhan laba. Secara simultan, biaya promosi serta biaya administrasi umum terbukti secara signifikan memengaruhi laba bersih perusahaan. Temuan ini sesuai dengan teori (**Jumingan 2023:165**), yang mengungkapkan bahwa laba bersih dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk efisiensi biaya usaha. Meskipun biaya administrasi umum tidak berpengaruh secara parsial, dalam kombinasi dengan promosi, ia tetap memberikan kontribusi terhadap efisiensi operasional. Contohnya, PT HMSP meningkatkan biaya promosi sebesar Rp448,6 miliar dari 2023 ke 2024, berupaya mempertahankan daya saing dan memperluas pasar, meskipun laba bersih turun akibat faktor eksternal seperti regulasi dan penurunan penjualan rokok konvensional. PT WIIM juga mencatat lonjakan laba bersih pada 2023 seiring peningkatan biaya promosi, meski laba menurun di 2024 karena penurunan volume penjualan. PT Gudang Garam mengalami kenaikan laba pada 2023 seiring naiknya biaya promosi dan administrasi umum, namun laba anjlok di 2024 karena tekanan eksternal dan tingginya biaya distribusi. Biaya administrasi umum pun terus meningkat, seperti pada PT Gudang Garam dari Rp2,89 triliun (2021) menjadi Rp3,30 triliun (2024), digunakan untuk mendukung aktivitas internal. Efisiensi pengelolaan biaya ini terlihat pada 2023 ketika seluruh perusahaan mencatatkan kenaikan laba bersih, karena promosi agresif dan biaya administrasi terkendali. Dengan demikian, kombinasi efisien antara promosi dan administrasi mampu memengaruhi laba bersih secara signifikan. Namun, jika tidak disertai strategi adaptif, peningkatan biaya justru tidak berdampak positif terhadap laba. Selain dibandingkan dengan teori, hasil penelitian ini juga dikaji dengan temuan dari penelitian sebelumnya. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial, biaya promosi memengaruhi laba bersih perusahaan yang bergerak di sub sektor rokok yang terdaftar di BEI periode 2020–2024. Temuan ini selaras dengan penelitian dari (**Suselo dan Rohmah 2022**) yang menyimpulkan bahwa biaya promosi mempengaruhi tingkat laba bersih. Sementara itu, hasil uji t terhadap biaya administrasi umum menunjukkan tidak adanya pengaruh secara parsial terhadap laba bersih. Kesimpulan ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (**Febrianti et al. 2023**) yang juga menemukan bahwa biaya administrasi umum tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Adapun hasil uji F menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya administrasi umum secara simultan

berpengaruh terhadap laba bersih. Temuan ini mendukung hasil penelitian Febrianti, Kurnianingsih, dan Lubis (2023) yang menyatakan adanya pengaruh simultan kedua variabel tersebut terhadap laba bersih.

4. Kesimpulan

Biaya promosi terbukti memiliki pengaruh secara parsial terhadap laba bersih, sementara itu biaya administrasi umum tidak menunjukkan pengaruh secara parsial terhadap laba bersih. Namun, secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap laba bersih, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,690. Artinya, 69% variasi laba bersih dapat dijelaskan oleh biaya promosi dan biaya administrasi umum, sementara 31% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan adalah: $Y = 236.907.849.192,525 + 3,726X_1 - 1,092X_2$. Hasil uji t menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih karena nilai t hitung (2,685) lebih besar dari t tabel (2,179), dan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. Sebaliknya, biaya administrasi umum tidak berpengaruh signifikan karena t hitung (0,957) lebih kecil dari t tabel (2,179), dan nilai signifikansi sebesar $0,357 > 0,05$. Sementara itu, uji F menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya administrasi umum secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 13,364 yang lebih besar dari F tabel (3,89), serta nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

Referensi

1. Antono, Yulianus Viki, Hendrik Suhendri, dan Sri Andika Putri. 2021. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019)." *Inventory: Jurnal Akuntansi* 5(2):144. doi: 10.25273/inventory.v5i2.10656.
2. Dhany, Rista Rama. 2025. "Industri Rokok Minta Pemerintah Tinjau Ulang Aturan IHT." *DetikFinance*. Diambil 26 April 2025 (<https://finance.detik.com/industri/d-7862300/industri-rokok-minta-pemerintah-tinjau-ulang-aturan-ih>).
3. Duffin, D. Lesmanawati, S. Fitrianti, W. Nor, dan C. L. Hakim. 2025. *Dasar-Dasar Akuntansi Keuangan*. 1 ed. diedit oleh S. S. Wulandari. Padang: Azzia Karya Bersama.
4. Febrianti, Windy Salsa, heny triastuti Kurnianingsih, dan farida khairani lubis. 2023. "Production Costs , Promotion , General Administration , and Sales Volume Against Net Profit on Industrial Sector Companies Listed on Idx." *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)* 8(49):288–97. doi: 10.55573/IJAFB.084926.
5. Informasi, Divisi. 2025. "Kontribusi Industri Manufaktur ke PDB Capai 18,98 Persen pada 2024." *Supply Chain Indonesia*. Diambil 26 April 2025 (<https://supplychainindonesia.com/kontribusi-industri-manufaktur-ke-pdb-capai-1898-persen-pada-2024/>).
6. Jumingan. 2023. *Analisis Laporan Keuangan*. 8 ed. Jakarta: Bumi Aksara.
7. Mola, Thomas, dan Oktaviano DB Hana. 2025. "Penerimaan Cukai Rokok 2024 Naik Tipis Saat Laba HMSP, GGRM, WIIM Tertekan." *Bisnis.com*. Diambil 26 April 2025 (https://premium.bisnis.com/read/20250410/656/1868318/penerimaan-cukai-rokok-2024-naik-tipis-saat-laba-hmsp-ggrm-wiim-tertekan?utm_source=desktop&utm_medium=search).
8. Mulyana, Asep, dan Endang Susilawati. 2021. "Administrative & General Costs on Net Profit." *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi* 7(1):1919–24. doi: 10.33197/jabe.vol7.iss1.2021.634.
9. Rosmaida Tambun, S. E. M. S. 2020. *Penganggaran Perusahaan*. 1 ed. PT Rel Karir Pembelajar.
10. Sahala Manalu, S. E. M. M., dan S. T. M. M. Stevi Jimry Poluan. 2018. *Cara Akurat Menyusun Penganggaran Perusahaan Manufaktur*. 1 ed. diedit oleh S. R. Wicaksono. Malang: Seribu Bintang.
11. Sugiyono, Prof. Dr. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2 ed. diedit oleh Setiyawani. Bandung: Alfabeta, cv.
12. Suselo, Dedi, dan Miftahur Rohmah. 2022. "the Effect of Production Costs, Operational Costs, Marketing Costs and Promotional Costs on Net Profit With Sales Volume As Intervening Variables in Pt Gudang Garam Tbk 2015-2019." *Balance: Journal of Islamic Accounting* 2(02):8–29. doi: 10.21274/balance.v2i02.5376.
13. Susilawati, Endang. 2022. "Pengaruh Penjualan dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih PT Martina Berto, Tbk Periode 2010 – 2020." *Mbia* 20(3):213–21. doi: 10.33557/mbia.v20i3.1557.
14. Syafii, S. E. M. A., dan S. E. M. S. A. Ali Muhdor. 2022. *Perpajakan*. 1 ed. diedit oleh K. Ummatin. Surabaya: Jakad Media Publishing.